

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

NOMOR SKRIPSI
3939/MD-D/SD-S1/2020

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL *FACEBOOK* SEBAGAI
STRATEGI PEMASARAN PAKET UMRAH PT HAJAR
ASWAD MUBAROQ KABUPATEN SIAK**



UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh :

RAFIE HASAN

NIM. 11544104562

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2020**



milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION
Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: lain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertandatangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Rafie Hasan
NIM : 11544104562
Judul : Pemanfaatan media sosial Facebook sebagai strategi pemasaran paket umrah PT.Hajar Aswad Mubaroq Kabupaten Siak

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada:

Hari : Senin
Tanggal : 04 Mei 2020

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Bimbingan Konseling Islam di Fakultas Dakwah dan komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 08 Mei 2020

Dekan,

Dr. Nurdin. M.Ag
NIP.19720429 200501 1 004

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I

Sekretaris/ Penguji II

Digitally signed by masduki@uin-suska.ac.id
Date: 2020.05.08 13:56:46 +07'00'

Drs.Masduki, M.Ag
Nip. 19710612199803 1 003

Imran Rosidi, Ph.D
NIP. 19811118200901 1 006

Penguji III

Penguji IV

Drs.H. Syahril Romli,M.Ag
Nip. 19570611198803 1 001

Khanruddin,M.Ag
NIP. 19720817200910 1 002

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No.155 KM.18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web: www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekarbaru-indo.net.id

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Setelah melakukan bimbingan, arahan, koreksi, serta perbaikan sebagaimana mestinya terhadap penulisan skripsi saudara:

Nama : Rafie Hasan
NIM : 11544104562
Jurusan : Manajemen Dakwah
Judul : "PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL *FACEBOOK* SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN PAKET UMRAH PT HAJAR ASWAD MUBAROQ KABUPATEN SIAK".

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasahkan guna melengkapi tugas serta memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana sosial (S.Sos)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat, yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan, atas pehatiannya kami ucapkan terima kasih

Pembimbing I

Khairuddin M.Ag

NIP.197208172009101002

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen Dakwah

Imron Rosidi, S.Pd., M.A., Ph.D

NIP.19811118 200901 1 006

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و علم الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No.155 KM.18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-562223
 Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN

Nama : Rafie Hasan
 NIM : 11544104562
 Judul : **“Pemanfaatan Media Sosial Facebook sebagai Strategi Pemasaran Paket Umrah PT Hajar Aswad Mubaroq Kabupaten Siak”.**

Telah diseminarkan pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 14 November 2019

Dan dapat diterima untuk penulisan skripsi. Selanjutnya sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana (S1) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau.

Pekanbaru, November 2019

Penguji Seminar Proposal I

Penguji Seminar Proposal II



Drs. A. Ghozali Syafe'i, M.Si
NIP. 19630301201411 1 003



Nur Alhidayatillah, M Kom.I
NIK. 130 417 027

1. Penelitian ini merupakan bagian dari penelitian yang telah dipublikasikan atau akan dipublikasikan.
2. Penelitian ini tidak mengandung unsur kekerasan, pornografi, atau unsur yang melanggar hukum.

Institut Agama Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Penelitian yang dilakukan sebagai bagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Penelitian yang dilakukan untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Penelitian yang tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No.155 KM.18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 P.O.Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web www.uin-suska.ac.id. E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : RAFIE HASAN
Nim : 11544104562
Tempat / tanggal lahir : Sungai Apit, 02 November 1997
Jurusan : Manajemen Dakwah
Judul skripsi : **"Pemanfaatan media sosial facebook sebagai strategi pemasaran paket umrah PT Hajar Aswad Mubaroq Kabupaten Siak"**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik untuk naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan karya tulis ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau serta undang-undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 01 April 2020

Yang membuat pernyataan,

METERAI
TEMPEL
4DF3FADF6441B6109
6000
ENAM RIBURUPIAH
RAFIE HASAN

NIM.11544104562

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrandt No.155 KM.18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 P.O.Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Pekanbaru, 20 Maret 2020

Dosen Pembimbing Skripsi
Nomor : Nota Dinas
Lampiran : 5 (Eksemplar) Skripsi
Hal : **Pengajuan Ujian Skripsi**
a.n Rafie Hasan

Assalamua'alaikum Wr. Wb.

Setelah kami mengadakan pemeriksaan atau perubahan seperlunya guna kesempurnaan skripsi ini, maka kami sebagai pembimbing skripsi saudara **Rafie Hasan NIM. 11544104562** dengan judul **"Pemanfaatan Media Sosial Facebook sebagai strategi pemasaran paket Umrah PT Hajar Aswad Mubaroq Kabupaten Siak"** telah dapat diajukan untuk mengikuti ujian Munaqasah guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang Manajemen Dakwah konsentrasi Manajemen Haji, Umrah dan Wisata Agama Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Harapan kami semoga dalam waktu dekat, yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian Munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian surat pengajuan ini kami buat, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Wr. Wb.

UIN SUSKA RIAU

Pembimbing I



Khairuddin M. Ag
NIP.197208172009101002

1. ... sebagai bagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Nama : Rafie Hasan
Nim : 11544104562
Jurusan : Manajemen Dakwah
Judul : Pemanfaatan Media Sosial *Facebook* sebagai Strategi Pemasaran Paket Umrah PT.Hajar Aswad Mubaroq Kabupaten Siak

Strategi adalah siasat yang digunakan untuk mencapai suatu maksud dalam segala hal yang digunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Hal ini menuntut perusahaan penyedia jasa perjalanan ibadah umrah lebih kreatif dan memanfaatkan media media terutama media sosial yang tersedia dalam memasarkan paket umrah dengan mempertimbangkan segala bentuk kemudahan dan efektif terhadap tempat dan waktu. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana pemanfaatan media sosial *facebook* sebagai strategi pemasaran paket umrah PT.Hajar Aswad Mubaroq Kabupaten Siak. Oleh karena itu strategi pemasaran dengan memanfaatkan media sosial *facebook* PT.Hajar Aswad Mubaroq adalah: perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. Informan penelitian ini berjumlah tujuh orang. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu, observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian yang penulis dapatkan dilapangan yang dimana dengan memanfaatkan fitur-fitur yang disediakan oleh media sosial *facebook* seperti: foto dan video (siaran langsung), *share*/berbagi dan menandai, *update* status dan informasi, *inbox*/chat dan *comment*.

Kata Kunci : *Media Sosial, Facebook, Strategi Pemasaran*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : Rafie Hasan
Nim : 11544104562
Department : Da'wah Management
Title : The Utilization of Facebook Social Media as Marketing Strategy of PT. Hajar Aswad Mubaroq Umrah Package in Siak Regency

Strategy is a strategy used to achieve a purpose in everything that is used to achieve the goals set. This requires companies to provide Umrah pilgrimage services more creatively and utilize media media, especially social media available in marketing the Umrah package by considering all forms of convenience and effectiveness in place and time. The problem in this research is how the use of Facebook social media as a marketing strategy for the Umrah package of PT. Hajar Aswad Mubaroq, Siak Regency. Therefore, the marketing strategy by utilizing social media Facebook PT. Hajar Aswad Mubaroq is: strategy formulation, strategy implementation, and strategy evaluation. This research informants numbered seven people. Data collection methods used are, observation, interview and documentation. Data analysis method used is descriptive qualitative. Based on the results of research that I get in the field where by utilizing the features provided by Facebook social media such as: photos and videos (live broadcast), share / share and mark, status and information updates, inbox / chat and comments.

Keywords: Social Media, Facebook, Marketing Strategy

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr, Wb.

Puji yukur senantiasa penulis ucapkan kehadiran Allah Subhaanahu Wa Ta'ala. Atas rahmat dan taufiq, kasih sayang serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pemanfaatan media sosial *facebook* sebagai strategi pemasaran paket umrah PT.Hajar Aswad Mubaroq Kabupaten Siak". Sholawat beserta salam tetap terlimpahkan kepada jungjungan alam Nabi Muhammad Shalallahu Alaihi Wasallam yang telah membimbing umat-Nya ke arah yang benar.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak. Ucapan terimakasih yang mendalam penulis ucapkan kepada:

1. Kedua orangtua penulis, Terimakasih Ayahnda tercinta Sarbaini yang telah memberikan banyak pelajaran serta dukungan kepada penulis, motivai yang sangat berharga serta do'a. Terimakasih Ibunda tercinta Suharti yang telah memberikan pelajaran yang sangat berarti dan selalu mendo'akan disetiap langkah penulis dan juga teruntuk saudara kandung penulis Nur Haikhal Habibi. Terimakasih untuk seluruh keluarga besarku, terkhusus Sepupu penulis Riky ramayani yang telah banyak memberikan motivasi yang sangat berharga dan do'a yang telah diberikan.

Prof.Dr.KH.Ahmad Mujahidin, M.Ag selaku Rektor Universita Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Drs.H.Suryan A.Jamrah,MA selaku wakil rektor bidang akademik dan pengembangan lembaga. Dr.H.Kusnadi,M.Pd selaku wakil Rektor bidang Administrasi Umum, perencanaan dan keuangan. Drs.H.Promadi,MA,Ph.D selaku wakil rektor bidang kemahasiswaan dam kerjasama.

3. Dr.Nurdin,MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

4. Dr.Masduki,M.Ag, Dr.Toni Hartono,M.Si, dan Dr.Azni,S.Ag,M.Ag selaku wakil Dekan I,II, dan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Imron Rosidi, MA, Ph.D selaku Ketua Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Khairuddin, M.Ag selaku Sekretaris Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Khairuddin, M.Ag selaku pembimbing yang telah memberikan motivasi serta bimbingan kepada penulis dalam proses penyelesaian skripsi.

Dr. Masrun, MA selaku Pembimbing Akademik penulis yang senantiasa memberikan nasihat dan semangat kepada penulis dalam penyelesaian skripsi.

Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis dalam menyelesaikan studi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

10. Karyawan/i Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan pelayanan yang baik dan kemudahan dalam administrasi.

11. H. Imroan Rosyadi, ST, MH selaku pimpinan wilayah PT. Hajar Aswad Mubaroq, Marsa Hendra, SH selaku Kepala Cabang PT. Hajar Aswad Mubaroq Cabang Siak, Aprizal selaku Manajer PT. Hajar Aswad Mubaroq Cabang Siak, Rita Afrianti dan Sri Wahyuni selaku bagian administrasi dan keuangan PT. Hajar Aswad Mubaroq Cabang Siak, Feri, Nurmiah, Siti Juliar, Sopyan selaku jamaah yang akan menggunakan jasa dan telah menggunakan jasa PT. Hajar Aswad Mubaroq Cabang Siak. PT. Hajar Aswad Mubaroq Cabang Siak terimakasih telah meluangkan waktu dan memberikan kemudahan kepada penulis dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk penyelesaian skripsi, meskipun beliau sedang sibuk bekerja. Semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala senantiasa memberikan kemudahan dan kelancaran disetiap kegiatan yang Bapak dan Ibu sekalian lakukan.

12. Yang terhormat Pimpinan pustaka dan segenap karyawan yang telah memberikan bantuan kepada penulis untuk mendapatkan buku-buku yang berkaitan dengan penelitian penulis.

13. Teman seperjuangan Manajemen Dakwah Lokal C 2015, Aprilia anggraini, Suffy sri rahayu, Putri sri rahayu, Siti nuraini, Dini amalinah, Vivi nopianti,



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Safitri febrianti, Silvia rahayu, Yuliana, Nisa aulia purba, Nursapura, Erni susanti, Risa zahrotun A, Ulfa Nurhakiki, Rasta MRT, Jusnita, Ardi Pranata, Bustari hasnur, Misbah fahri, Yogi akmal, Rizki hidayat, Refki abdi, Muhammad syarif, Muhammad husin, Hendra saputra, Syafri syarif, Muhammad Ridwan, Ilham wahyudi, Lukman fauzi. Semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala memudahkan jalan hidup kita semua dalam menuju sukses dan menggapai impian masing-masing.

14. Teman seperjuangan Manajemen Dakwah Konsetrasi Manajemen Travelling Haji dan Umrah Lokal A 2017, Risa cut, Junardan, Nanda restavari, Nisa aulia p, M Syarif, Elizon, Andi aziz f, Ulfa nurhakiki, Ridwan dasni, Firmansyah, Bayu kresna s.
15. Teman seperjuangan Manajemen Dakwah seluruh angkatan 2015 baik dari Konsentrasi Manajemen Travelling Haji dan Umrah, Manajemen Zakat dan Wakaf, maupun Lembaga Dakwah.
16. Teman-teman seperjuangan pada Himpunan Mahasiswa Manajemen Dakwah HIMA MD 2015.
17. Teman-teman seperjuangan pada Himpunan Mahasiswa Sungai Apit HIMASA periode 2017-2019.
18. Erman Epi Sabri, Rizky Ramayani, Novia anjar sari, Vivi Nopianti, Ulfa nurhakiki, Ardi pranata, M syarif, Teman, Sahabat, sekaligus keluarga yang telah memberikan dorongan dan motivasi serta tempat bertukar pikiran dan bantuan tenaga kepada penulis dalam proses penyelesaian skripsi.
19. Keluarga besar SMA N 1 Sungai Apit angkatan 2015.
20. Keluarga besar SMP N 1 Sungai Apit angkatan 2012.
21. Keluarga besar SD N 02 Sungai apit angkatan 2009.
22. Teman-teman seperjuangan Kukerta angkatan 2018 Desa Tanjung, Nurul fauziah, Nur resky, Sahdu sahda, Dewi purritasari N, Hilda Azmi fauzi, Suci juwita, Radhi sukriyanto, Benny Agustia, Ardi, Elgi, semoga kita semua diberikan kemudahan disetiap langkah dan perjalanan menuju kesuksesan dan cita-cita.

Dan semua pihak yang terlibat dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu persatu. Semoga segala bantuan baiik secara



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Langsung maupun tidak langsung akan menjadi amal ibadah dan dapat kan balasan yang baik pula dari Allah Subhanahu Wa Ta'ala.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini ada kekurangan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sebagai perbaikan dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan mafaat bagi pembacanya dan barangkali dapat menginspirasi bagi para pembacanya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pekanbaru, Maret 2020

Penulis

RAFIE HASAN

NIM:11544104562

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Penegasan Istilah	4
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BEFIKIR	9
A. Media Sosial	9
B. <i>Facebook</i>	11
C. Strategi Pemasaran	14
D. Paket Umrah	21
E. Penelitian Terdahulu	24
F. Kerangka Pikir	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
A. Jenis Penelitian	27
B. Waktu dan Tempat Penelitian	27
C. Sumber Data	27
D. Informan Penelitian	28
E. Teknik Pengumpulan Data	28
F. Validitas Data	29
G. Teknik Analisis Data	30
BAB IV GAMBARAN UMUM PT. HAJAR ASWAD MUBAROQ .	32
A. Awal mula berdiri PT.Hajar Aswad Mubaroq	32
B. Visi, Misi dan Tujuan	34
C. Struktur Pengurus Dan Tugas Masing-Masing Divisi	35
D. Produk Dan Paket Umrah	36

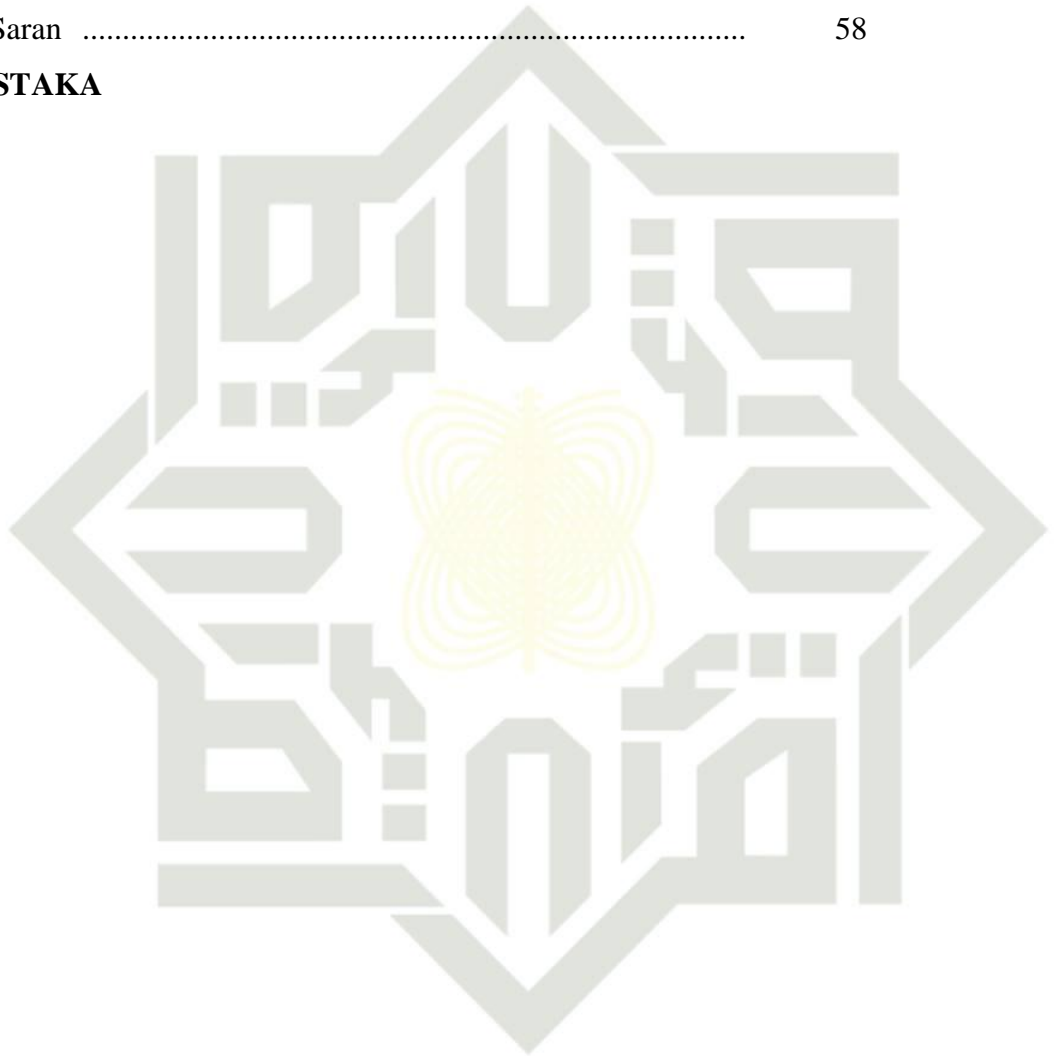


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
	A. Hasil Penelitian	38
	B. Pembahasan	49
BAB VI	PENUTUP	57
	A. Kesimpulan	57
	B. Saran	58

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Kerangka Pikir	26
Gambar IV.1	Peta Kabupaten Siak	32
Gambar IV.2	Brosur Peket Umrah PT. Hajar Aswad Mubaroq Cabang Siak	37
Gambar V.1	Screenshot Facebook	41
Gambar V.2	Brosur Peket Umrah PT. Hajar Aswad Mubaroq Cabang Siak	45
Gambar V.3	Screenshot komentar Facebook	47

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

A Latar Belakang

Peluang bisnis travel umrah dilihat sebagai hal yang menguntungkan ditandai dengan menjamurnya biro perjalanan travel haji khusus maupun umrah yang tersebar di seluruh penjuru Indonesia dengan berbagai macam kelebihan dan keunggulan yang ditawarkan.

Di Provinsi Riau saja tiap tahunnya mengalami perkembangan dalam hal bisnis biro perjalanan umrah terbukti dari Tahun 2014 biro yang bergerak di bidang jasa pelayanan umrah dan haji khusus ada sekitar 19 travel yang terdaftar dan memiliki izin untuk menyelenggarakan ibadah umrah dari Kementerian Agama Provinsi Riau. Di tahun 2016 perkembangan meningkat hampir dua kali lipat seperti yang dipaparkan oleh Asosiasi Biro Perjalanan dan Wisata Indonesia (ASITA) yakni ada 30 travel umrah resmi yang tercatat di Kementerian Agama sebagai pelaku usaha.¹ Dan di tahun ini belum ada data resmi yang menunjukkan angka jumlah biro perjalanan umrah di Provinsi Riau yang pasti. Berkemungkinan besar mengalami penambahan jumlah dikarenakan peluang usaha yang cukup menjanjikan sekarang ini.

Di Kabupaten Siak khususnya, biro perjalanan umrah sudah mulai diminati oleh para pelaku usaha dikarenakan jumlah sekarang ini sudah mencapai lebih kurang 10 travel yang berdiri dan resmi tentunya dengan izin. Diantara travel tersebut ada PT.Hajar Aswad Mubaroq yang berdiri resmi dan memiliki izin dari Kementerian Agama dengan Nomor SK NOMOR 608 Tahun 2018.

Media sosial hendaklah di gunakan dengan sebaik-baiknya untuk pemasaran produk. Jadi dengan bisa mengoptimalkan penggunaan media sosial dalam memasarkan produk, perusahaan bisa dengan mudahnya mengontrol

¹ Inilah 30 Travel Umrah resmi di Riau versi Asosiasi Biro Perjalanan dan Wisata Indonesia (ASITA), <http://radarpekanbaru.com/mobile>, diakses pada 26 November 2019, Pukul 15.50

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pasar online karena media sosial tidak memiliki batasan dan waktu dalam mengaksesnya.

Facebook adalah sebuah layanan jejaring sosial yang diluncurkan pada bulan Februari 2004 dan berkantor pusat di Menlo Park, California, Amerika Serikat. Pada September 2012, *facebook* memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif.

Facebook telah menjadi situs sosial networking terbesar saat ini, ada begitu banyak manfaat *facebook* yang dapat digunakan. Beberapa manfaat dari *facebook* yaitu:

1. Sebagai tempat untuk mencari teman.
2. Tempat promosi, *facebook* dapat dijadikan sebagai media promosi yang sangat efektif.
3. Tempat diskusi, salah satu fitur di situs jejaring sosial ini adalah group, yang berfungsi sebagai forum.
4. Sebagai tempat untuk menjalin hubungan.
5. Sebagai tempat untuk belajar dan bermain, di *facebook* dapat digunakan untuk mempelajari ilmu-ilmu yang belum pernah ditemukan sebelumnya.²

Hal ini lah yang dimanfaatkan oleh PT Hajar Aswad Mubaroq sebagai peluang untuk memasarkan produk dilihat dari kemudahan dalam mengakses dan menjelajah media sosial *facebook*. PT Hajar Aswad Mubaroq juga bekerja sama dengan bak Mandiri syariah tentunya ini akan lebih mempermudah dalam kepengurusan administrasi berupa penyetoran uang keberangkatan untuk melakukan ibadah umrah.

Dengan berkembangnya teknologi dan media hal inilah yang dimanfaatkan oleh PT. Hajar Aswad Mubaroq dalam memasarkan produknya tentunya dengan lebih mudah diterima oleh calon jamaah dan juga efisien waktu dan tempat. Kemudian dengan merancang produk berupa paket umrah dengan semenarik mungkin serta bisa bersaing dengan perusahaan yang lain dengan menawarkan keunggulan dan kelebihan dari perusahaannya. Salah

² Nyaki Everlena Sauyai, "Manfaat Jejaring Sosial Facebook Bagi Mahasiswa Asal Papua Universitas Sam Ratulangi Manado", Vol VI, No. 2, Summer 2017, hlm. 7

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

satunya dengan menawarkan bonus baik itu berupa diskon harga maupun free keberangkatan setiap 1 orang tentunya dengan syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan atau yang membuat produk sebelum di pasarkan. Terbukti dengan melakukan atau menerapkan strategi pemasaran yang berbasis media sosial Facebook mampu membuat perusahaan menjadi lebih dikenal di masyarakat khusus nya kabupaten siak dan juga meningkatkan jumlah jamaah yang mendaftar atau menggunakan jasa perjalan umrah PT. Hajar Aswad Mubaroq dengan bisa memberangkatkan setidaknya 4 kali dalam satu tahun dengan kapasitas jumlah 40 orang dalam sekali keberangkatan umrah.³

Beberapa fitur dari *facebook* yang dimanfaatkan oleh PT Hajar Aswad Mubaroq dalam memasarkan produk adalah sebagai berikut:

1. Info (*information*)

Adalah yang digunakan untuk memasukkan alamat dan kontak perusahaan, orang yang bertanggung jawab, jenis perusahaan, layanan dan informasi tambahan yang dianggap perlu.

2. Dinding (*Wall*)

Merupakan fasilitas untuk *meng-update* status, kemudian untuk testimoni maupun mengomentari status *update*.

3. *Photo* dan *video*

Yang digunakan untuk *meng-upload* foto-foto produk atau paket umrah, kegiatan yang diadakan, testimoni.

4. *Share*

Adalah fitur yang digunakan untuk berbagi sebanyak orang dengan cara menandai orang yang ingin berbagi, maupun berbagi informasi *update*.

5. *Status Update*

Fitur ini digunakan untuk memperlihatkan aktivitas apa yang kita lakukan, bisa juga untuk sebagai pemberian informasi produk

³Marsa Hendra, SH, Wawancara tanggal 22 November 2019 di PT Hajar Aswad Mubaroq, Pukul 14.22 WIB.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. Group

Di fitur ini kita bisa membuat grup dimana grup ini memiliki fitur yang sangat baik untuk membentuk komunitas online seperti diskusi, foto, *wall*, testimonial, dan fitur lainnya.⁴

Proses memanfaatkan fitur-fitur yang disediakan oleh *facebook* sebagai media sosial yang digunakan inilah bentuk dari strategi pemasaran yang ingin diterapkan oleh penyedia jasa layanan ibadah umrah PT Hajar Aswad Mubaroq dan tentunya dimudahkan dari segi penggunaan waktu dan tempat.

Berdasarkan ini membuat peneliti tertarik untuk menjadikan para pelanggan yang ingin mengunjungi baitullah melalui PT Hajar Aswad Mubaroq sebagai subjek penelitian dan pelanggan-pelanggan yang memesan kuota keberangkatan melalui media sosial *facebook* sebagai objek penelitian dan juga efektifitas penggunaan media sosial dalam memasarkan paket umrah tentunya menggunakan fitur yang tersedia dari *facebook*, yang nantinya akan dikaitkan dengan bagaimana pemanfaatan media sosial *facebook* dalam memasarkan produk atau paket umrah, dengan mengangkat judul **“PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN PAKET UMRAH PT HAJAR ASWAD MUBAROQ KABUPATEN SIAK”**.⁵

B Penegasan Istilah

Dalam penelitian yang berjudul “Pemanfaatan Media Sosial *Facebook* sebagai Strategi Pemasaran Paket Umrah PT Hajar Aswad Mubaroq” ini, penulis perlu mempertegas beberapa istilah dalam judul, terutama pada beberapa kata kunci yang penulis anggap penting. Dengan maksud, untuk menghindari terhadinya penyimpangan dan kesalahpahaman terhadap judul penelitian ini, maka penulis perlu memberikan penegasan pada istilah berikut:

⁴ Suke toejoeh, Jimmy wahyudi Bharata & Al Kalam, *One Stop For Al, IFacebook*, (Jakarta PT. Elex Media Computindo, 2009)

⁵ Aprizal, Wawancara, tanggal 10 Oktober 2019 di PT Hajar Aswad Mubaroq kabupaten Siak, Pukul 10.30 WIB.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. *Social Media*

Menurut Mandilberght, *social media* adalah media yang mewadahi kerjasama diantara pengguna yang menghasilkan konten (*user-generated content*). Boyd menjelaskan *social media* memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa. *Social media* menurut Rulli Nasrullah yaitu medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan *social* secara virtual.⁶ Dalam penelitian ini yang dimaksudkan dengan *social media* adalah alat yang dimanfaatkan dalam memasarkan produk disini media yang dimanfaatkan adalah *facebook*.

2. *Facebook*

Facebook adalah *website* jaringan sosial diamana para pengguna dapat bergabung didalam komunitas seperti kota, kerja, sekolah, dan daerah untuk melakukan hubungan dan berinteraksi dengan orang lain. Orang juga dapat menambahkan teman teman mereka, mengirim pesan, dan memperbarui profil pribadi agar orang lain dapat melihat tentang dirinya.⁷ Dalam penelitian ini yang dimaksudkan dengan *facebook* adalah sarana penunjang dalam melakukan kegiatan pemasaran paket umrah secara mudah dan efektif.

3. Strategi Pemasaran

Dalam penelitian ini strategi pemasaran yang dimaksud adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Penentuan strategi pemasaran harus didasari atas analisi lingkungan dan internal perusahaan, serta analisis kesempatan dan ancaman yang dihadapi perusahaan dari

⁶ Rulli Nasrullah, op.cit. hlm 11

⁷ Muhammad Hanafi,” *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Motivasi Terhadap Belajar Siswa*”, FISIP Universitas Riau, Jurnal: JOM FISIP Vol. 3 No.2, Oktober 2016 hlm. 3

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lingkungannya.⁸ Dalam penelitian ini yang dimaksudkan dengan strategi pemasaran adalah penyusunan rencana yang nantinya akan diterapkan didalam perusahaan dalam bentuk pemasaran produk memanfaatkan media sosial *facebook*.

Rumusan Masalah

Dari uraian yang sudah dijelaskan pada latar belakang, maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah “ Bagaimana pemanfaatan Media sosial *facebook* sebagai strategi pemasaran paket Umrah PT Hajar Aswad Mubaroq”.

B. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah disebutkan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana upaya biro perjalanan umrah PT Hajar Aswad Mubaroq dalam memasarkan paket umrah dengan memanfaatkan media sosial *facebook*.

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

- 1) Penelitian ini bertujuan sebagai bahan informasi ilmiah terkait dengan upaya biro perjalanan umrah PT Hajar Aswad Mubaroq dalam memasarkan paket umrah dengan memanfaatkan media sosial *facebook*. Sehingga dapat menjadi rujukan jika nantinya ada yang melakukan penelitian yang sama.
- 2) Memperkaya khasanah Ilmu Manajemen Dakwah, khususnya yang berhubungan dengan paket dan pelayanan pada organisasi ataupun perusahaan yang bergerak dibidang jasa.
- 3) Sebagai bahan bacaan bagi Jurusan Manajemen Dakwah pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

⁸ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2017), 168-169.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Kegunaan Praktis

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk memberikan pelayanan profesional pada organisasi ataupun perusahaan yang bergerak dibidang jasa, khususnya PT Hajar Aswad Mubaroq kabupaten Siak dalam rangka meraih tujuan yang telah ditetapkan.
- 2) Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi pengkajian dan pembelajaran pada Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
- 3) Sebagai syarat menyelesaikan perkuliahan program sarjana strata satu (S1) dan sebagai syarat memenuhi gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada jurusan Manajemen Dakwah Konsentrasi Manajemen Travelling Haji, Umrah dan Wisata Agama Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

E. Sistematika Penulisan

Untuk pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika penulisan sehingga dapat menunjukkan penelitian yang baik dan mudah dipahami yaitu sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan serta sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERFIKIR

Bab ini menguraikan kajian teori, kajian terdahulu yang relevan dengan penelitian dan kerangka berfikir yang digunakan dalam penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjabarkan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data serta teknik analisis data.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Pada bab ini penulis mengemukakan sejarah berdirinya PT.Hajar Aswad Mubaroq, visi, misi dan tujuan, struktur kepengurusan, tugas masing-masing divisi, paket yang ditawarkan dan lain sebagainya.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis mengemukakan hasil penelitian dan pembahasan dari hasil wawancara yang telah dilakukan dan data mengenai upaya PT Hajar Aswad Mubaroq dalam memasarkan paket umrah dengan memanfaatkan media sosial *facebook*.

BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini penulis mengemukakan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran untuk PT Hajar Aswad Mubaroq dalam mengimplementasikan pelayanan dan memasarkan paket umrah secara professional dan tepat sasaran.

DAFTAR PUSTAKA

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BEFIKIR

A Media Sosial

Istilah media sosial tersusun dari dua kata, yakni “media” dan “sosial”. “Media” diartikan sebagai alat komunikasi (Laughey, 2007; McQuail, 2003). Sedangkan kata “sosial” diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataannya, media dan semua perangkat lunak merupakan “sosial” atau dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial (Durkhiem dalam Fuchs, 2014).

Media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan oleh pengguna dalam proses sosial.⁹ Menurut Kaplan dan Haenlein mendefinisikan *social media* sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun diatas dasar ideologi dan teknologi web 2.0, dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content* web 2.0, menjadi platform dasar *social media*. *Social media* ada dalam berbagai bentuk yang berbeda, termasuk *social blogs*, gambar, video. Menurut kaplan dan Haenlein ada enam jenis *social media* diantaranya sebagai berikut:

1. Media Jejaring Sosial (*social networking*)

Social networking atau jejaring sosial merupakan medium yang paling populer dalam kategori media sosial. Medium ini merupakan sarana yang bisa digunakan oleh pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut, di dunia virtual.¹⁰

2. Jurnal Online (*blog*)

Blog merupakan media sosial yang memungkinkan penggunaannya mengunggah aktivitas keseharian, saling mengomentari, dan berbagi baik tautan *web* lain, informasi, maupun yang lainnya.

⁹ Mulawarman, Nurfitri Dyas Aldila, *Perilaku Pengguna Media Sosial Beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan*, Buletin Psikologi, Vol. 25 No. 1, 2017 hlm 37

¹⁰ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, Bandung: Simbiosis Rakatama Media, 2015), 40

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Jurnal *online* sederhana atau mikroblog (*microblogging*)

Tidak berbeda dengan jurnal *online* (*blog*), *microblogging* merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mempublikasikan aktivitas atau pendapatnya. Secara historis, kehadiran media sosial ini merujuk pada munculnya *Twitter* yang hanya menyediakan ruang tertentu atau maksimal 140 karakter. Sama seperti media sosial lainnya, di *Twitter* pengguna bisa menjalin jaringan dengan pengguna lain, menyebarkan informasi, mempromosikan pendapat/pandangan pengguna lain, sampai membahas isu terhangat (*trending topic*) saat itu juga dan menjadi bagian dari isu tersebut dengan turut berkicau (*tweet*) menggunakan pagar (*hashtag*) tertentu.¹¹

4. Media konter bersama atau *Wiki*

Wiki atau media konten bersama. Mengapa disebut media konten bersama? *Social media* ini merupakan situs yang kontennya hasil kolaborasi dari penggunanya. Mirip dengan kamus atau ensiklopedia. *Wiki* menghadirkan kepada para pengguna pengertian, sejarah hingga rujukan buku atau tautan tentang satu kata. Kata “*wiki*” merujuk pada *social media Wikipedia* yang populer sebagai media kolaborasi konten bersama. Situs *wiki* hanya menyediakan perangkat lunak yang bisa dimasuki oleh siapa saja untuk mengisi, menyunting, bahkan mengomentari sebuah tema yang dijelaskan.¹²

5. Media berbagi (*media sharing*)

Situs berbagi media (*media sharing*) merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk berbagi media, mulai dari dokumen (*file*, video, audio, gambar dan sebagainya).¹³

6. Penanda sosial (*social bookmarking*)

Penanda sosial atau *social bookmarking* merupakan media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari

¹¹ *Ibid.*, 43

¹² *Ibid.*, 46

¹³ *Ibid.*, 44

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

informasi atau berita tertentu secara online.¹⁴ Dapat juga diartikan sebagai sarana yang bisa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial didunia virtual dan konsekuensi dari hubungan sosial tersebut, seperti terbentuknya nilai-nilai, moral, dan etika.

Social media mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas tentunya.

Dilihat dari penggunaan, sosial media berfungsi sebagai memperluas interaksi manusia menggunakan internet dan teknologi web, mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi serta mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat isi pesan itu sendiri.

B. Facebook

Facebook merupakan jejaring sosial atau sosial media yang memungkinkan para pengguna dapat menambahkan profil dengan foto, kontak, ataupun informasi. Penggunanya dapat bergabung dalam komunitas untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan pengguna lainnya. Fitur yang ditawarkan *facebook* sebagai situs jejaring sosial atau media sosial membuat banyak orang menggunakannya.¹⁵

Facebook saat ini sudah sangat familiar bukan hanya kalangan masyarakat perkotaan namun sudah sampai kalangan masyarakat pedesaan, hingga pada saat ini *facebook* merupakan situs web jejaring sosial populer yang diluncurkan pada 4 Februari 2004. *Facebook* didirikan oleh Mark Zuckerberg, seorang mahasiswa Harvard kelahiran 14 Mei 1984 dan mantan murid di Ardsley High School.

Pada mula perkembangan sistus web jejaring sosial ini, keanggotannya masih dibatasi untuk mahasiswa dari Harvard Collage. Dalam dua bulan selanjutnya, keanggotaan diperluas ke sekolah lain di wilayah Boston (Boston

¹⁴ *Ibid.*, 48

¹⁵ Ulfah Nur Aini Ningrum, *Pengaruh Berita Pada Facebook Terhadap Minat Membaca Beritanya (Studi Pada Buruh Pabrik PT Gajah Tunggal Tbk Tangerang)*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung, hlm. 3

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Collage, Universitas Boston, MIT, Tufts), Rochester, Stanford, dan Northwestern.¹⁶

Facebook telah menjadi situs sosial networking terbesar saat ini, ada begitu banyak manfaat facebook yang dapat digunakan. Beberapa manfaat dari facebook yaitu:

1. Sebagai tempat untuk mencari teman.
2. Tempat promosi, *facebook* dapat dijadikan sebagai media promosi yang sangat efektif.
3. Tempat diskusi, salah satu fitur di situs jejaring sosial ini adalah group, yang berfungsi sebagai forum.
4. Sebagai tempat untuk menjalin hubungan.
5. Sebagai tempat untuk belajar dan bermain, di *facebook* dapat digunakan untuk mempelajari ilmu-ilmu yang belum pernah ditemukan sebelumnya.¹⁷

Beberapa fitur dari *facebook* yang dimanfaatkan oleh PT Hajar Aswad Mubaroq dalam memasarkan produk adalah sebagai berikut:

1. Info (*information*)

Adalah yang digunakan untuk memasukkan alamat dan kontak perusahaan, orang yang bertanggung jawab, jenis perusahaan, layanan dan informasi tambahan yang dianggap perlu.
2. Dinding (*Wall*)

Merupakan fasilitas untuk *meng-update* status, kemudian untuk testimoni maupun mengomentari status *update*.
3. *Photo* dan *video*

Yang digunakan untuk *meng-upload* foto-foto produk atau paket umrah, kegiatan yang diadakan, testimoni.
4. *Share*

Adalah fitur yang digunakan untuk berbagi sebanyak orang dengan cara menandai orang yang ingin berbagi, maupun berbagi informasi *update*.

¹⁶ Facebook, The Newest Fad in Marketing

¹⁷ Nyaki Everlena Sauyai, "Manfaat Jejaring Sosial Facebook Bagi Mahasiswa Asal Papua Universitas Sam Ratulangi Manado", Acta Diurna, Vol VI, No. 2, Summer 2017, hlm. 7

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. *Status Update*

Fitur ini digunakan untuk memperlihatkan aktivitas apa yang kita lakukan, bisa juga untuk sebagai pemberian informasi produk

6. *Group*

Di fitur ini kita bisa membuat grup dimana grup ini memiliki fitur yang sangat baik untuk membentuk komunitas online seperti diskusi, foto, *wall*, testimonial, dan fitur lainnya.¹⁸

Facebook marketing adalah melakukan aktivitas marketing menggunakan semua fasilitas yang disediakan oleh *facebook* dengan tujuan meningkatkan penjualan dan menjalin komunikasi yang lebih langgeng dengan pelanggan.

Menurut Fikri Lukmanul beberapa hal yang dapat dilakukan untuk mendongkrak bisnis melalui *facebook*, yaitu:

1. *Facebook* sebagai media riset pasar. Ketika akan menciptakan satu produk baru, maka sebelum produk diciptakan dan dijual ke pasar riset untuk mendapatkan feedback dari pasar mutlak diperlukan. Dengan menggunakan website dan *facebook*, penjual dapat menggali opini konsumen hanya dengan hitungan beberapa menit saja. Konsumen akan sangat senang ketika opini mereka didengarkan oleh produsen. Interaksi yang terjadi melalui *facebook* memungkinkan terjadinya viral communication (komunikasi berantai) antar pengguna *facebook*. Jika cerdas memanfaatkan komunikasi yang terjadi, maka sudah melakukan analisis market yang menunjang penjualan produk atau penciptaan brand produk yang dibuat.
2. *Facebook* untuk branding, penghasil trafik dan penjualan. *Facebook* dapat digunakan untuk memajang produk-produk yang dijual oleh pemasar.
3. Memanfaatkan group, *fans page*, *facebook marketplace* dan *facebook Ads*. *Facebook* bisa dimanfaatkan sebagai media penghasil uang di internet. Hal tersebut bisa dilakukan dengan mencoba layanan *facebook group*,

¹⁸ Suke toejoeh, Jimmy wahyudi Bharata & Al Kalam, *One Stop For Al, IFacebook*, (Jakarta PT. Elex Media Computindo, 2009)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

facebook page, facebookads dan facebook ads. Layanan *group* dan *page* tidak jauh berbeda dengan layanan pertemanan biasa. Sedangkan *facebook marketplace* oleh pengelola *facebook* memang ditujukan sebagai pasar. Sedangkan layanan *facebookads* memang merupakan layanan iklan berbayar *pay per click* yang berarti harus membayar sebanyak berapa kali iklan di klik atau ditayangkan di *facebook*.¹⁹

Strategi Pemasaran

Strategi didefinisikan berdasarkan dua perspektif yang berbeda yaitu (1) dari perspektif apa yang suatu organisasi ingin lakukan (*intends to do*) dan (2) dari perspektif apa yang organisasi akhirnya lakukan (*eventually does*). Berdasarkan perspektif yang pertama strategi didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya. Makna yang terkandung dari strategi ini adalah bahwa para manajer memainkan peranan yang aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi. Sedangkan berdasarkan perspektif yang kedua, strategi didefinisikan sebagai pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu. Pada definisi ini, setiap organisasi pasti memiliki strategi, meskipun strategi tersebut tidak pernah dirumuskan secara eksplisit (*gamblang*). Pandangan ini diterapkan bagi para manajen rang bersifat reaktif, yaitu hanya menanggapi dan menyesuaikan diri terhadap lingkungan secara pasif manakala dibutuhkan.²⁰

Strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Sejalan dengan keterangan yang telah dijabarkan, penentuan strategi pemasaran harus didasarkan atas analisis lingkungan dan internal perusahaan, serta analisis kesempatan dan ancaman yang dihadapi perusahaan dari lingkungannya.

¹⁹ Mujahidah, “ Pemanfaatan Jejaring Sosial Facebook Sebagai Media Komunikasi “, Komunikasi dan Sosial Keagamaan, Vol XV, No. 1, Summer 2013, hlm. 111

²⁰Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga, ANDI Yogyakarta, 2008, hlm 3

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Strategi pemasaran digunakan sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk mencapai pasar sasaran tersebut.

Tujuan dari strategi pemasaran berdasarkan penjabaran diatas yaitu memberi arah, kebijakan, dan aturan kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Strategi pemasaran dianalisis dari keunggulan dan kelemahan perusahaan serta analisis kesempatan dan ancaman yang akan dihadapi perusahaan sesuai dengan kondisi lingkungannya.²¹

ukuran keberhasilan perusahaan dalam menerapkan strategi pemasarannya adalah mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan, semakin banyak pelanggan yang menerima produk atau jasa yang ditawarkan maka mereka akan semakin puas dan ini berarti strategi yang dijalankan sudah cukup berhasil. terdapat empat unsur bauran pemasaran yang merupakan strategi pemasaran (*marketing mix*) yaitu sebagai berikut:

1. Strategi Produk

Strategi ini meliputi lebih dari hanya merancang barang atau jasa dengan atribut yang diperlukan, didalamnya termasuk juga keputusan tentang rancangan kemasan, nama merek, nama dagang, garansi, citra produk, pengembangan produk baru, dan pelayanan pelanggan.

2. Strategi Penentuan Harga

Strategi penentuan harga berhubungan dengan metode penetapan keuntungan dan harga yang dapat ditentukan. Harga merupakan satu-satunya elemen dalam *marketing mix* yang menghasilkan pendapatan. Harga juga merupakan elemen bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan. Perusahaan menentukan harga produk dengan pertimbangan:

²¹Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran; Dasar, Konsep, dan Strategi*, PT.Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2017, hlm.168-169

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Biaya Produksi

Perusahaan menentukan harga sebuah produk dengan mengestimasi biaya untuk memproduksi sebuah produk, dengan mencatat semua biaya produksi.

- b. Penyuplai Persediaan

Beberapa keputusan harga berhubungan langsung dengan suplai persediaan barang yang digunakan untuk produksi.

- c. Harga Persaingan

Perusahaan umumnya akan mempertimbangan harga pesaing dalam menentukan harga produksi sebuah barang. Harga persaingan digunakan untuk bersaing melawan produk-produk dari perusahaan lain.²²

3. Strategi Penyaluran

Salah satu fungsi penting dari pemasaran adalah menyalurkan produk dari lokasi produksi ke berbagai lokasi dimana konsumen berada. Penyaluran dibedakan pada tiga aspek yaitu, menentukan institusi yang akan melakukan penyaluran, menentukan cara penyimpanan, dan alat-alat pengangkutan yang akan digunakan untuk penyaluran produk dari perusahaan ke institusi-institusi yang membantu memasarkan barang pada konsumen. Sebuah perusahaan dapat memasarkan dan menyalurkan produknya secara pribadi apabila pasaran bersifat lokal, meliputi daerah di sekitar tempat produksi. Institusi yang melakukan kegiatan pemasaran dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu pedagang besar, pedagang eceran, dan agen pesamasaran. Terdapat beberapa alternatif saluran distribusi yaitu melalui:

- a. Saluran distribusi langsung dari produsen ke konsumen.
- b. Produsen-pengecer-konsumen.
- c. Produsen-pedagang besar-pengecer-konsumen.
- d. Produsen-agen-penjualan-konsumen.
- e. Produsen-agen-penjualan-pengecer-konsumen.²³

²² *Ibid.*, 214

²³ *Ibid.*, 216

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Strategi Promosi

Promosi adalah teknik-teknik atau berbagai cara yang dirancang untuk menjual sebuah produk. Promosi merupakan salah satu aspek dari bauran komunikasi, yaitu pesan keseluruhan yang disampaikan perusahaan pada konsumen tentang produk yang ditawarkan. Promosi merupakan perpaduan alat-alat promosi, yaitu:

a. Iklan

Iklan adalah alat promosi yang bertujuan untuk memberikan informasi, persuasi, mengingatkan, serta memperkuat. Keputusan yang harus diambil terdiri dari *mission, money, message, media, dan measurement*.

b. Sales Promotion

Sales promotion merupakan salah satu kunci utama kampanye pemasaran, terdiri dari beragam alat berbentuk insentif, biasanya bersifat jangka pendek, dirancang untuk menstimulasi konsumen untuk segera membeli suatu produk atau pembelian dalam jumlah besar. *Sales promotion* meliputi promosi konsumen, *trade promotion*, dan *sales force promotion*.

c. Public Relation and Publicity (PRP)

PRP meliputi beragam program yang dirancang untuk mempromosikan atau melindungi perusahaan atau produk perusahaan. PRP berfungsi yaitu sebagai hubungan dengan pers, *produk publicity, corporate communication, lobbying*, serta *counseling*.

d. Personal Selling

Personal selling merupakan salah satu alat promosi yang paling efektif pada tahapan lanjut dalam proses pembelian, terutama dalam membangun keyakinan pembeli, serta mendorong pembeli melakukan tindakan pembelian.

e. Direct Marketing

Direct marketing adalah penjualan langsung dari produsen kepada konsumen, tidak menggunakan perantara. Promosi yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menggunakan berbagai saluran menuju konsumen seperti surat, katalog, telemarketing, TV interaktif, kios, *website*, *e-mail*, dan *fax*²⁴

Berdasarkan teori strategi pemasaran yang telah dikemukakan, peneliti menyimpulkan bahwa masing-masing strategi *marketing mix* berkaitan erat satu sama lain, sehingga setiap strategi yang akan ditetapkan harus mempertimbangkan strategi lainnya. *Marketing mix* berfungsi sebagai acuan atau baruan yang dapat dikendalikan oleh pimpinan perusahaan, sehingga perusahaan mampu mencapai tujuan dalam bidang pemasaran.

5. Metode Penjualan dan Distribusi

- a. Toko atau kantor fisik. Ini harus digambarkan menurut ukuran, lokasi dan karakter fisik secara rinci. Kios dan metode penjualan lainnya harus dimasukkan pula.
- b. Katalog. Gambar dalam hal ukuran, frekuensi pengiriman, dan prakiraan jumlah barang yang diinginkan.
- c. Situs web. Harus meliputi informasi desain, isi, dan terutama, pengaturan hosting, pertimbangan teknologi, pemrosesan kartu kredit, pengaturan keamanan, dan detail-detail lain tentang pembuatan dan pemeliharaan situs web. Jika bisnis anda beroperasi sebagai toko atau distributor online, sebagian dari informasi ini sudah ada pada bagian lain dalam rencana bisnis.

6. Strategi Mempromosikan Barang

Dalam program pemasaran, barang-barang yang dipromosikan dapat dipasarkan dengan berbagai cara. Yang utama adalah: pengiklanan (advertensi), penjualan secara langsung (personal selling), promosi penjualan, dan publisitas.

a. Pengiklanan

Ber macam media dapat digunakan untuk melakukan pengiklanan. Dikota-kota besar maupun dikota yang lebih kecil bentuk pengiklanan yang sering dijumpai adalah outdoor advertising – yaitu

²⁴*Ibid.*, 204

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pengiklanan dalam kawasan tempat diluar bangunan. Cara yang kedua adalah dengan membuat iklan dimedia cetak seperti surat kabar dan majalah.

b. Promosi Penjualan

Promosi penjualan meliputi kegiatan tertentu atau penawaran tertentu yang masa berlakunya terbatas. Biasanya tujuan dari melakukan promosi penjualan adalah membujuk dan mempengaruhi konsumen untuk berbelanja lebih banyak atau lebih sering.

c. Penjualan Langsung

Penjualan langsung atau penjualan secara pribadi merupakan cara promosi penjualan barang atau jasa yang dilakukan dengan mengirim staf penjualan menemui konsumen yang diharapkan akan membeli barang atau jasa yang dipromosikan.

d. Publisitas dan Hubungan Masyarakat

Cara menggunakan publisitas sebagai alat untuk mempromosikan barang selalu di definisikan sebagai memperkenalkan barang secara Cuma-Cuma. Yang melakukan publisitas tersebut bukanlah perusahaan tetapi pada umumnya media cetak, seperti surat kabar atau majalah, yang memuat penulisan atau penilaian atas barang perusahaan atau atas kegiatan perusahaan.²⁵

7. Strategi Penjualan

Bagian ini berisi garis besar penggunaan materi penjualan online atau offline dalam mencapai pasar sasaran. Penjualan tradisional meliputi kreasi materi cetakan dalam mendampingi usaha penjualan. Penjualan online meliputi perbaikan strategi Web agar produk dan jasa dapat dipersembahkan dengan sebaik-baiknya.

- a. Penjualan langsung. Pendekatan penjualan langsung harus memadukan kontak offline (personal) dengan calon pelanggan, dan penjualan online melalui situs web.

²⁵Sukirno Sadono, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm 235

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Penjualan offline. Penjualan offline memerlukan materi yang dapat dikirimkan ke calon pelanggan dan wibawa wiraniaga (atau anda) untuk presentasi. Pertimbangan materi cetakan tradisional: brosur. Pamphlet, selebaran, kartu bisnis, katalog dan sebagainya. Identifikasi materi khusus yang diperlukan dalam mendesain dan mencetak untuk digunakan dalam kampanye penjualan.
- c. Penjualan online. Ini adalah situs web yang merangkap sebagai alat pemasaran. Selain pertimbangan teknologi dari desain situs web itu, juga perlu perhatian khusus untuk memikat pengunjung situs dan pemberian insentif. Langkah awal penting lain dalam strategi penjualan online adalah mendaftar ke mesin pencari. Mesin pencari mengarahkan pengunjung ke suatu situs web.
- d. Direct mail. Ketika biaya prangko dan kertas naik, direct mail menjadi kurang menarik. Jika memutuskan untuk melakukannya, mungkin lebih menarik bila menciptakan milis ketimbang membeli list, kecuali anda berurusan dengan pemasok list terkenal yang menjamin bahwa list mereka baru dan sangat tepat. Walaupun dengan milis terbaik, bersiaplah untuk hasil yang rendah. Direct mail yang ditimpali dengan tawaran insentif akan lebih efektif.
- e. Pemasaran melalui E-Mail. Menurut para pakar, pemasaran melalui e-mail akan mengalahkan direct mail. Korespondensi e-mail lebih berpeluang dibaca ketimbang direct mail.
- f. Pemasaran afliasi. Pemasaran afliasi menggunakan jasa siapa saja melalui suatu jenis struktur komisi atas penjualan atau kunjungan situs web. Para afliasi hanya dibayar atas penjualan yang sesungguhnya, dan komisinya hanya berupa persentase kecil dari total penjualan.
- g. Pemasaran timbal balik. Keadaan dimana suatu perusahaan menawarkan diskon kepada pelanggan atas barang perusahaan lain, baik ditoko maupun situs webnya adalah contoh pemasaran timbal balik.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- h. Pemasaran viral. Pemasaran viral terjadi jika suatu perusahaan menawarkan sesuatu yang dianggap sangat menggugah minat sehingga pelanggan menyebarkan kata itu atas kehendak sendiri²⁶

Paket Umrah

Paket umrah merupakan bentuk dari beberapa produk yang dihasilkan untuk dipasarkan ke masyarakat atau calon jamaah. Paket umrah bisa juga dikatakan sebagai produk umrah, karena didalam marketing produk adalah apapun yang bisa ditawarkan ke sebuah pasar dan bisa memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan. Dalam tingkat pengecer, produk disebut juga sebagai *merchandise*.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan. Pelanggan memuaskan kebutuhan dan keinginannya lewat produk. Istilah lain dari produk adalah penawaran atau pemecahan. Produk dapat dibedakan menjadi tiga jenis yaitu barang fisik, jasa dan gagasan.²⁷ Produk juga mempunyai arti kata barang barang fisik maupun jasa yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen.²⁸

Dari beberapa penjelasan dan istilah diatas dapat disimpulkan bahwa produk atau paket umrah adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan atau dipasarkan baik itu dalam bentuk selebaran maupun desain brosur yang bisa di pasarkan melalui media media diantaranya media sosial yang bertujuan untuk menarik calon jamaah dengan menunjukkan keunggulan dan kelebihan dari produk atau paket umrah sehingga bisa meningkatkan jumlah jamaah dan juga tentunya mencapai dari target perusahaan tersebut.

Dengan mengemukakan desain serta bentuk dari paket umrah yang dikemas dengan baik dan semenarik mungkin agar mempermudah serta menarik minat calon jamaah untuk menggunakan jasa perjalanan umrah. Hal yang harus diperhatikan adalah bagaimana bisa menggunakan strategi pemasaran yang tepat dengan konsep desain produk atau paket umrah yang telah dirancang untuk menarik jamaah.

²⁶Pinson Linda, *Anatomy Of Business Plan*, (Jakarta: Canary, 2003) hlm. 48

²⁷Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, (Jakarta:Gramedia Pustaka Utama, 2012) hlm. 12

²⁸Jeff Madura, *Pengantar Bisnis Buku 1*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001) hlm.393.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Didalam memasarkan produk ada yang perlu diperhatikan yakni strategi siklus kehidupan usaha/daur hidup produk (*product life cycle*). Seiring berkembangnya zaman terdapat persaingan yang semakin tajam dalam pemasaran produk, baik yang termasuk dalam barang konsumsi maupun barang industri dan jasa. Persaingan ini terutama terdapat dalam kondisi pasar pembeli, dimana si pembeli yang mempunyai peranan dominan di pasar. Dalam hal ini si pembeli dianggap raja, yang harus dilayani dan dipenuhi kepuasannya atas barang atau jasa yang dibelinya. Konsep pemasaran menekankan orientasinya pada pemberian kepuasan kepada konsumen melalui strategi pemasaran terpadu agar tujuan perusahaan mendapatkan keuntungan jangka panjang dapat tercapai.

Oleh karena itu dalam pemasaran produk pada akhir- akhir ini peranan konsep pemasaran semakin penting, maka setiap produsen atau pengusaha akan mencari strategi pemasaran yang tepat bagi produknya, sehingga sasaran pasar dan tujuan bidang pemasarannya dapat tercapai. Yang perlu diperhatikan disini adalah salah-satu faktor penting dalam keberhasilan strategi pemasaran yang dijalankan adalah tahapan kehidupan usaha produk (*product life cycle*).

Dalam pemasaran produk setiap produk melalui tahapan yang terdapat dalam siklus kehidupan usaha produk, yang terdiri dari tahapan pengenalan (*introduction*), tahapan pengembangan (*growth*), tahapan pematangan (*maturity*), dan tahapan penuaan/penurunan (*decline*). Tentunya terdapat perbedaan dari masing-masing tahapan dan strategi pemasaran yang dijalankan hendaknya berbeda pula, agar tujuan dan sasaran perusahaan di bidang pemasaran dapat dicapai. Jadi, strategi pemasaran suatu produk hendaklah disesuaikan dengan kondisi masing-masing tahapan siklus kehidupan usaha dari produk tersebut.

Pemasaran suatu produk atau paket umrah membutuhkan adanya strategi pemasaran yang efektif agar tujuan dan sasaran perusahaan di bidang pemasaran melalui kepuasan konsumen dapat dicapai. Strategi pemasaran secara terpadu merupakan acuan pemasaran (*marketing mix*), yang terdiri dari kebijakan produk, penyaluran, harga, dan promosi. Keempat kebijakan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tersebut harus menyatu dan terarah kepada dicapainya kepuasan konsumen dari sasaran pasar yang dituju.

Walupun keempat kebijakan tersebut menyatu dalam strategi pemasaran yang terpadu, tetapi penekanan atau peranan masing-masing strategi berbeda dalam setiap tahapan siklus usaha produk. Dalam tahap pengenalan, saat produk baru mulai diperkenalkan di pasar, pada tahap ini diperlukan adanya usaha yang mencakup dalam strategi promosi dengan promosi besar-besaran atau optimal melalui media yang bisa dimanfaatkan untuk mempromosikan produk. Karena yang dominan dan menonjol peranannya dalam tahap pengenalan adalah promosi.

Dalam kondisi yang terdapat pada tahap pertumbuhan, maka peranan penyaluran disamping promosi adalah yang dominan. Kekuranglancaran atau tidak efektifnya penyaluran akan mengganggu proses dalam pertumbuhan produk dari siklus kehidupan usaha produk tersebut. Oleh karena itu, usaha intensifikasi penyaluran dalam strategi pemasaran sangat menentukan keberhasilan di bidang pemasaran.

Pada tahap pematangan, peranan strategi produk sangat menentukan untuk memungkinkan diperpanjangnya siklus kehidupan usaha produk yang sama sekali baru. Usaha memperpanjang siklus kehidupan produk dilakukan dengan strategi pengembangan produk, sedangkan usaha mengintroduksi suatu siklus kehidupan usaha produk dilakukan dengan penciptaan suatu produk yang sama sekali baru.

Dalam kondisi yang terdapat pada tahap penuaan, maka strategi harga sangat menentukan, apakah akan dilakukan penurunan harga dengan obral besar-besaran agar kerugian lebih besar yang di derita di kemudian hari dapat dihindari dengan membatasinya pada tingkat tertentu.

Adanya perbedaan tahapan siklus kehidupan usaha dari produk yang dipasarkan membutuhkan adanya penanganan khusus dalam strategi pemasaran yang dijalankan. Kesalahan dalam penentuan strategi pemasaran akan menimbulkan kegagalan dalam usaha pemasaran produk tersebut. Oleh karena itu, penentuan strategi pemasaran yang tepat membutuhkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penganalisisan kondisi dari produk tersebut untuk menentukan tahapan yang sebenarnya dari produk itu dalam siklus kehidupan usaha.

Dari uraian di atas dapat dinyatakan, setiap produk umumnya mengalami siklus kehidupan usaha. Untuk memungkinkan keberhasilan usaha pemasaran suatu produk dalam tingkat persaingan yang makin tajam, maka diperlukan strategi pemasaran yang tepat.²⁹

Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, penulis akan mendeskripsikan pada penelitian-penelitian lain yang berbentuk skripsi dan ada relevansinya dengan judul di atas. Adapun penelitian yang hampir mirip dan sama namun berbeda dengan penelitian ini yaitu penelitian yang berjudul :

Pertama, Strategi Promosi Paket Ibadah Umrah Ramadhan di An Naja Haji Umrah Yogyakarta”, Yogyakarta 2017 karya M. Nova Herisandi. Skripsi ini membahas strategi biro perjalanan haji dan umrah yang berpeluang untuk mempromosikan program umrah, karena begitu banyak perusahaan jasa yang menawarkan umrah ramadhan. Pihak An Naja Haji dan Umrah berupaya menawarkan paket umrah dengan sebaik mungkin untuk mengungguli para pesaing dalam menawarkan berbagai macam produk dan fasilitasnya. Berbeda dari penelitian yang dilakukan oleh M. Nova Herisandi tersebut, selain dari segi objek yang berbeda, penelitian ini membahas tentang pemanfaatan media sosial facebook sebagai Strategi pemasaran paket umrah PT Hajar Aswad Mubaroq dan menciptakan *image* yang baik diantara banyak pesaing demi terwujudnya suatu perusahaan yang menjadi kepercayaan masyarakat.

Kedua, “Strategi Promosi Jasa Perjalanan Haji dan Umrah melalui Website”, Semarang 2016 karya Muhammad Aziz Lamazido. Skripsi ini membahas tentang strategi pihak Biro perjalanan Haji dan Umrah (studi kasus PT Saibah Mulia Mandiri Semarang) dalam mempromosikan produk yang dijualnya melalui internet yang semakin pesat di era globalisasi, sehingga menarik minat masyarakat sekitar. Berbeda dari penelitian yang dilakukan

²⁹Sofjan Assauri, op cit, hlm.288-295

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

oleh Muhammad Aziz Lamazido tersebut, selain dari segi objek yang berbeda, penelitian ini membahas tentang pemanfaatan media sosial facebook sebagai Strategi pemasaran paket umrah PT Hajar Aswad Mubaroq dan menciptakan *image* yang baik diantara banyak pesaing demi terwujudnya suatu perusahaan yang menjadi kepercayaan masyarakat.

Ketiga, "Strategi Promosi Perbankan Syariah Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Di BNI Syari'ah Cabang Semarang", Semarang 2012 karya Dzikriyatul Fikriyah. Skripsi ini membahas strategi perbankan syariah untuk meningkatkan loyalitas nasabah di Bank BNI Syari'ah Cabang Semarang. Disini strategi promosi secara offline dijadikan prioritas utama dalam melakukan promosi BNI Syari'ah Cabang Semarang. Berbeda dari penelitian yang dilakukan Dzikriyatul Fikriyah tersebut, selain dari objek yang berbeda, penelitian ini membahas pemanfaatan media sosial facebook sebagai strategi pemasaran PT Hajar Aswad Mubaroq untuk terciptanya *image* yang baik dan berupaya untuk menarik jamaah untuk menggunakan jasa yang ditawarkan.

F. Kerangka Pikir

Agar teori yang digunakan dalam penelitian ini kuat untuk di uji maka peneliti merangkum teori ini agar menjadi satu kesatuan yang bersangkutan, hal ini dilakukan untuk tercapainya hasil sebuah penelitian.

Kerangka berpikir dapat berupa kerangka teori dan dapat pula berupa kerangka penalaran logis. Kerangka berpikir merupakan uraian ringkas tentang teori yang digunakan dan cara menggunakan teori tersebut dalam menjawab pertanyaan penelitian.³⁰ Kerangka berpikir itu bersifat operasional yang diturunkan dari satu atau beberapa teori atau dari beberapa pernyataan-pernyataan logis.

Di dalam kerangka berpikir inilah akan didudukkan masalah penelitian yang telah diidentifikasi dalam kerangka teoritis yang relevan dan mampu

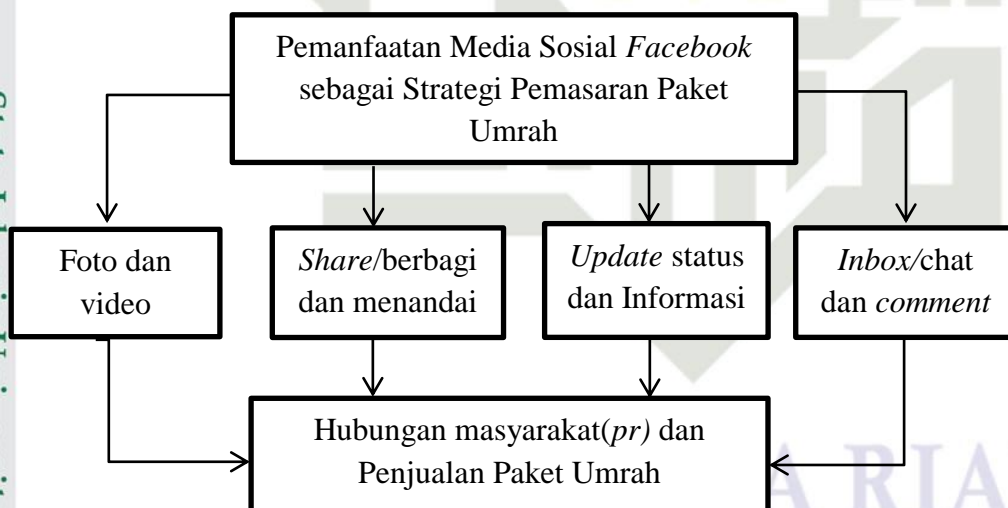
³⁰Cik Hasan Bisri, *Penuntun Penyusunan Rencana Penelitian dan Penulisan Skripsi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001), hlm. 43.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengungkap, menerangkan serta menunjukkan perspektif terhadap atau dengan masalah penelitian. Ada dua bagian umum dalam berpikir yang selalu digunakan baik dalam berpikir sehari-hari maupun berfikir dalam sebuah penelitian ilmiah, yaitu: *Pertama*, Deduksi, proses berpikir yang menggunakan premis-premis umum bergerak menuju premis khusus. Dari umum ke khusus. *Kedua*, Induksi, proses berpikir yang menggunakan premis-premis khusus bergerak menuju premis umum. Dari khusus ke umum.³¹

Kerangka berpikir merupakan kerangka penalaran logis, urutan berfikir logis sebagai suatu ciri dari cara berfikir ilmiah yang digunakan dan cara menggunakan logika tersebut dalam memecahkan masalah.³² PT Hajar Aswad Mubaroq berupaya dalam memasarkan produk/paket Umrah melalui pemanfaatan media dengan terus aktif dalam pembaruan informasi mengenai produk yang ditawarkannya. Dasar penelitian ini adalah adanya kerangka konseptual yang menjelaskan pemanfaatan media sosial *facebook* sebagai strategi pemasaran paket umrah PT Hajar Aswad Mubaroq. Untuk lebih jelasnya kerangka berpikir ini jika dijabarkan dalam bentuk bagan, maka akan tampak seperti dibawah ini :



Gambar : II.1 Kerangka Pikir

³¹Bagong Suyanto dan Sutinah, *Metode Penelitian Sosial* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm.

³² *Op Cit.*, hlm. 43.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis dan pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yaitu menggambarkan atau memaparkan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fenomena- fenomena yang diangkat dalam penelitian, kemudian data-data tersebut dianalisis untuk memperoleh kesimpulan.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di JL Hang tuah RT. 005 RW. 002 Kelurahan Kampung Rempak Kabupaten Siak Provinsi Riau. Sedangkan waktu penelitian ini dilaksanakan setelah proposal ini diseminarkan.

C. Sumber Data

Untuk mendapatkan data- data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan dua sumber sebagaimana yang telah lazim digunakan dalam penelitian kualitatif, kedua sumber tersebut adalah :

1. Data Primer

Sumber primer atau yang sering disebut dengan data tangan pertama adalah sumber data yang diperoleh langsung dari objek penelitian atau instansi terkait.³³ Terkait dengan peneliti ini, data primer tersebut diperoleh langsung dari objek atau sumber utama, yaitu dari biro perjalanan haji dan umrah PT Hajar Aswad Mubaroq.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari lokasi penelitian atau instansi terkait melalui dokumentasi berbentuk laporan- laporan, buku- buku, dan lain yang berkaitan dengan permasalahan penelitian yang sedang diteliti dan dikaji³⁴. Data sekunder tersebut penulis peroleh melalui

³³ Suryabrata Sumadi, *Metodologi penelitian*, (Jakarta : Raja Wali Press, 1992) , hlm 84

³⁴ Cholid Narbuko,dkk, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), hlm 83

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dokumentasi berbentuk laporan, brosur-brosur, dan lain sebagainya yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

D. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah subjek yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian.³⁵

Adapun subjek penelitian ini adalah semua pihak yang terkait dengan permasalahan tentang pemanfaatan media sosial *facebook* sebagai strategi pemasaran paket umrah PT.Hajar Aswad Mubaroq. Informan dalam penelitian ini memilih atau mengidentifikasi informan berdasarkan ciri-ciri khusus dan karakteristik yang sesuai dengan masalah penelitian.

Adapun informan dalam penelitian ini meliputi:

1. Kepala cabang : Marsa Hendra
2. Manajer : Aprizal
3. Administrasi dan keuangan : Rita Afrianti dan Sri Wahyuni
4. Jamaah yang belum berangkat : Feri
5. Jamaah yang telah menggunakan jasa umrah PT Hajar Aswad Mubaroq : Nurmiah, Siti Juliar, Sopyan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi

Observasi merupakan suatu metode ilmiah yang biasa diartikan sebagai pengamatan dan mencatat dengan sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki.³⁶ Dalam hal ini, peneliti dengan berpedoman kepada desain penelitiannya perlu mengunjungi lokasi penelitian untuk mengamati langsung berbagai hal atau kondisi yang ada di lapangan.

Metode ini penulis gunakan untuk memperoleh data tentang pemanfaatan media sosial *facebook* sebagai strategi pemasaran paket umrah PT.Hajar Aswad Mubaroq.

³⁵ Burhan bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana, 2007), hal 68

³⁶ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, (Yogyakarta:Andi Offset,1993),hlm 136

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Wawancara

Teknik wawancara yaitu suatu pengumpulan data dengan cara Tanya Jawab sepihak, yang dikerjakan secara sistematis dan berlandaskan kepada tujuan penelitian.³⁷

Dalam penelitian ini, proses *Interview* (wawancara) dilakukan untuk mendapatkan data dari informan tentang pemanfaatan media sosial facebook sebagai strategi pemasaran paket umrah PT.Hajar Aswad Mubaroq. Dalam hal ini peneliti mengajukan kepada informan, terkait dengan penelitian yang dilakukan. Sedangkan informan bertugas untuk menjawab pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara. Meskipun demikian, informan berhak untuk tidak menjawab pertanyaan yang menurutnya *privasi* atau rahasia.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah cara pengumpulan data melalui peninggalan tertulis, seperti arsip-arsip, buku- buku, dan notulen dari rapat serta teori-teori yang berhubungan dengan masalah penelitian.³⁸ Teknik ini penulis lakukan dengan cara mengumpulkan data atau informasi secara tertulis melalui dokumen-dokumen, foto-foto dari kegiatan yang dilakukan PT Hajar Aswad Mubaroq memanfaatkan media sosial *facebook* sebagai strategi pemasaran paket umrah.

Validitas Data

Validitas data adalah data yang telah terkumpul dapat menggambarkan realita yang ingin diungkapkan oleh peneliti.³⁹

Dalam penelitian kualitatif, instrument utamanya adalah manusia, karena itu yang diperiksa adalah keabsahan datanya.⁴⁰ Menguji Kredibilitas data penelitian peneliti menggunakan teknik Triangulasi.

³⁷ Sutrisno Hadi , *Metodologi Research*,192

³⁸ Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), hlm.192

³⁹ Afrizal, *Metodologi Penelitian Kualitatif:Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2015), hlm. 167

⁴⁰ Nusa Putra Dn Ninin Dwilestari, *Penelitian Kualitatif : Pendidikan Anak Usia Dini* (Jakarta:Raja Grafindo Persada, 2012) hlm, 87

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Triangulasi adalah pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu:

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda

3. Triangulasi Waktu

Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara dipagi hari pada saat narasumber masih segar, belum banyak masalah, akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel. Untuk itu dalam rangka pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda.⁴¹

Jadi untuk menguji keabsahan peneliti menggunakan Triangulasi metode dilakukan untuk melakukan pengecekan terhadap penggunaan metode pengumpulan data, apakah informasi yang didapat dengan metode wawancara sama dengan metode observasi atau apakah hasil observasi sesuai dengan informasi yang diberikan ketika diwawancarai dan saat melihat dokumentasi yang ada.⁴²

Teknik Analisis Data

Setelah data-data diperoleh, maka langkah selanjutnya yaitu menyusun data-data tersebut dan kemudian melakukan analisis data. Adapun analisis kualitatif terhadap data yang diperoleh dari lapangan, baik berupa

⁴¹ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 125

⁴² M. Burhan Bungin. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Public dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2007), hal 257

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

observasi, wawancara dan dokumentasi, kemudian diuraikan dalam bentuk deskripsi-narasi dari data- data tersebut.

Salah satu cara yang dapat di anjurkan adalah dengan mengikuti langkah-langkah berikut:

1. Tahap Reduksi Data

Reduksi data dapat diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan yang tertulis dari lapangan. Reduksi data dilakukan dengan cara membuat ringkasan, membuat kode-kode yang diperlukan (mengkode), menelusuri tema, dan membuat gugus-gugus yang selanjutnya dilakukan penelitian lapangan sampai penyusunan akhir laporan.

2. Display Data

Langkah selanjutnya setelah reduksi data adalah penyajian data yang dimaknai Miles dan Huberman (1992) sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan mencermati penyajian data ini, peneliti akan lebih mudah memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan. Artinya apakah peneliti meneruskan analisisnya atau mencoba untuk mengambil sebuah tindakan dengan memperdalam temuan tersebut. Penyajian data dalam penelitian ini disuguhkan dalam bentuk deskripsi narasi.

3. Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan

Tahap akhir proses pengumpulan data adalah verifikasi dan penarikan kesimpulan, yang dimaknai sebagai penarikan arti data yang telah ditampilkan. Atau dengan kata lain, verifikasi merupakan usaha memunculkan makna-makna dari data yang harus diuji kebenarannya, kekokohnya, dan kecocokannya dengan validitas penelitian. Beberapa cara yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan pencatatan untuk pola-pola dan tema yang sama, pengelompokan, dan pencarian kasus-kasus negative (kasus khas, berbeda, mungkin pula menyimpang dari dari kebiasaan yang dimasyarakat).⁴³

⁴³ Idrus Muhammad, *metode penelitian Ilmu Sosial*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 150

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

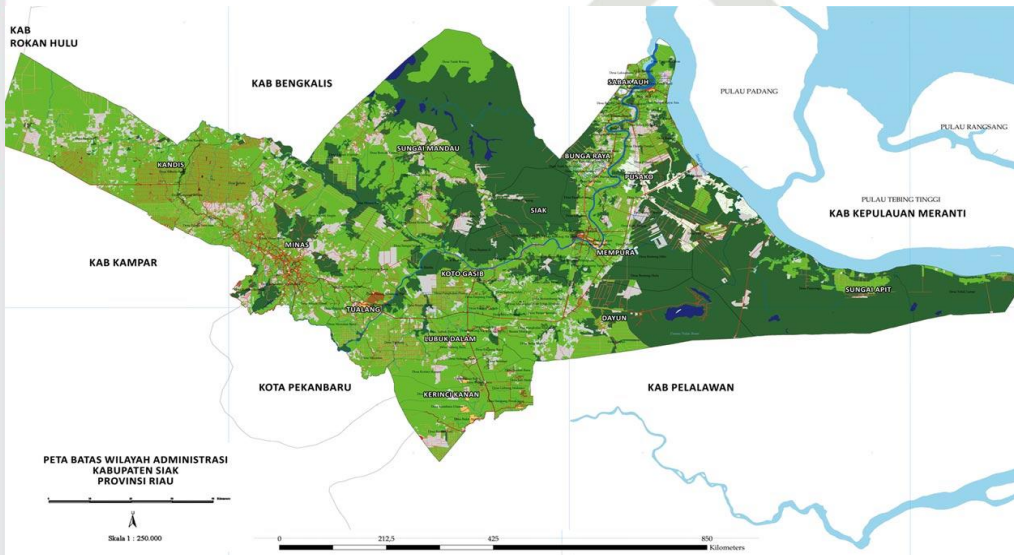
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PT. HAJAR ASWAD MUBAROQ

A. Awal Mula Berdiri PT. Hajar Aswad Mubaroq

Secara geografis Kabupaten Siak terletak pada koordinat 10 16' 30" — 00 20' 49" Lintang Utara dan 100 54' 21" 102° 10' 59" Bujur Timur. Bisa dilihat pada gambar 4.1⁴⁴.



Gambar IV.1 Peta Kabupaten Siak

Kabupaten siak merupakan kota cukup berkembang ditandai dengan kemajuan yang di laksanakan dibidang infrastruktur dan kelengkapan fasilitas pendukung lainnya. Dengan dilengkapinya sarana prasarana pendukung hal ini membuat banyak pelaku ekonomi yang tentunya ingin membuka usaha maupun memperluas usaha dengan membuka cabang atau perwakilan.

Maka dari itu sekarang ini sudah cukup banyak pendirian usaha-usaha diberbagai bidang maupun sektor baik itu sektor pemanfaatan wisata lokal bahkan sampai kepada wisata Agama yang menjurus kepada ibadah umrah ke tanah suci makkah. Hal ini dilihat cukup menjanjikan oleh pelaku usaha sebagai peluang mendirikan usaha yang bergerak dibidang pelayanan jasa Travelling Umrah salah satunya PT. Hajar Aswad Mubaroq yang didirikan

⁴⁴Kabupaten Siak, https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Siak, diakses pada 22 Desember 2019, pukul 22.18 WIB

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pada 07 April 2018 oleh Marsha Hendra,SH beralamat di jalan Sutomo Belantik RT 008 RW 003 Kelurahan Langkai Kecamatan Siak Kabupaten Siak dengan resmi dan memiliki izin dari Kementrian Agama dengan Nomor SK NOMOR 608 Tahun 2018.⁴⁵

PT.Hajar Aswad Mubaroq ini lahir dari adanya keinginan untuk mempermudah dalam pelaksanaan ibadah umrah bagi yang ingin menunaikan niat suci ke Baitullah terutama masyarakat atau calon jamaah yang bertempat tinggal di Kabupaten siak. Dengan dorongan inilah dibentuk atau mendirikan perusahaan jasa yang bergerak di pelayanan jasa Umrah dengan mengedepankan kepentingan umat atau kaum muslimin yang ingin menyempurnakan Rukun Islam yang ke-5 tentunya orang yang sudah mampu atau bersedia untuk melaksanakan ibadah umrah ini.⁴⁶

Dengan mengutamakan kepuasan konsumen atau calon jamaah PT. Hajar Aswad Mubaroq memberikan penekanan khusus terhadap pola pelayanan jamaah baik itu kemudahan dalam pengurusan administrasi dengan cara mendampingi jamaah untuk semua bentuk pengurusan syarat dalam melaksanakan ibadah Umrah.

Kemudian dari segi fasilitas PT.Hajar Aswad Mubaroq berusaha senantiasa mencukupi segala kebutuhan jamaah baik itu dari segi fasilitas yang ada di kantor maupun fasilitas pendukung lainnya diperuntukkan bagi jamaah yang melaksanakan ibadah Umrah dengan harapan bisa memberikan kemudahan untuk para jamaah yang menggunakan jasa layanannya.⁴⁷

Berbagai bentuk upaya yang dilakukan demi mencapai kepuasan dengan menerapkan konsep memberikan bantuan atau kemudahan bagi para jamaah untuk beribadah ke Baitullah, PT.Hajar Aswad Mubaroq memberikan akses untuk siapa saja yang ingin menjadi promotor atau pengembang jaringan wilayah usaha agar perusahaan lebih banyak dikenali oleh masyarakat khususnya Kabupaten siak.

⁴⁵ Hasil wawancara dengan marsha hendra pada tanggal 20 Desember 2019 di Siak

⁴⁶ Hasil wawancara dengan marsha hendra pada tanggal 20 Desember 2019 di Siak.

⁴⁷ Hasil wawancara dengan Aprizal pada tanggal 16 Desember 2019 di Siak.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tentunya dengan beberapa klasifikasi yang harus miliki oleh orang yang ingin menjadi mitra/perwakilan/promotor. Posisi ini sangat berperan penting dalam upaya mempromosikan serta memasarkan produk atau paket Umrah dengan tujuan untuk lebih dikenal luas dan membangun kepercayaan masyarakat untuk tidak ragu dalam menggunakan jasa layanan Umrah yang ditawarkan.

Untuk diwilayah Kabupaten Siak, PT.Hajar Aswad Mubaroq sudah begitu cukup diberikan kepercayaan melayani jamaah yang ingin melaksanakan ibadah Umrah. Hal ini ditandai dengan bisa memberangkatkan jamaah Umrah 4 kali dalam 1 tahunnya dan banyak juga dari pejabat tinggi daerah yang menggunakan jasa layanan yang ditawarkan.⁴⁸

B. Visi, Misi dan Tujuan

PT. Hajar Aswad Mubaroq dalam pembentukan mempunyai visi, misi serta tujuan. Adapun visi dari PT. Hajar Aswad Mubaroq adalah sebagai berikut.

Visi

1. Ingin membangun kerjasama kemitraan yang berbasis ibadah akhirat
2. Memperluas silaturahmi sesama muslim melalui media maupun langsung
3. Menjadikan PT. Hajar Aswad Mubaroq sebagai perusahaan Umrah terpercaya di Kabupaten Siak
4. Membangun relasi terhadap pihak pihak yang berkenaan dengan perusahaan maupun ibadah Umrah

Misi

1. Memberikan pelayanan dan jasa kepada jamaah Umrah secara maksimal
2. Menciptakan ruang yang terbuka bagi siapa saja yang ingin menjadi mitra/perwakilan yang berkompeten.
3. Tetap mengedepankan silaturahmi ke jamaah
4. Penggunaan media yang berbasis sosial untuk mempermudah pemasaran produk paket Umrah

⁴⁸ Hasil wawancara dengan marsha hendra pada tanggal 20 Desember 2019 di Siak.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

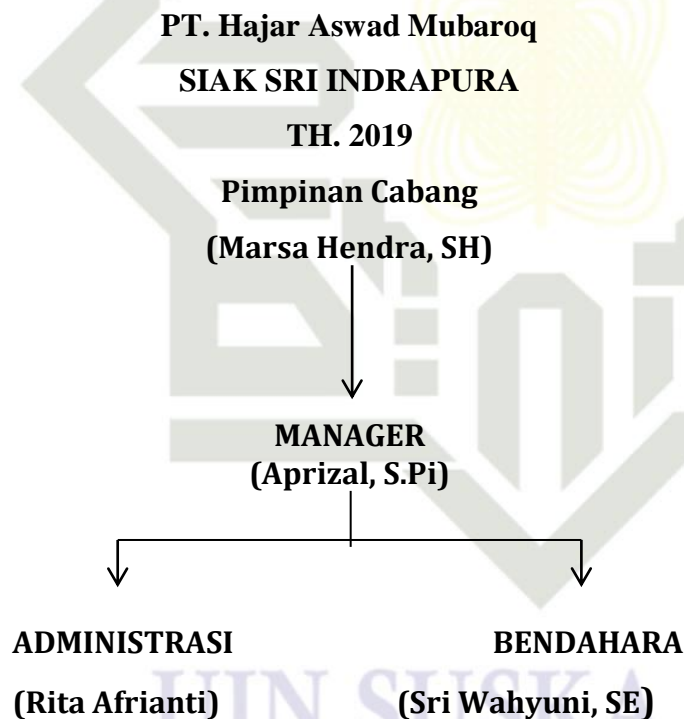
Tujuan

PT. Hajar Aswad Mubaroq sebagai perusahaan yang bergerak dibidang umrah lebih mengedepankan kenyamanan dan kepuasan dalam ibadah Umrah bagi jamaah yang menggunakan jasanya. Serta tidak memandang dari kalangan manapun selagi ada kemampuan dan niat untuk beribadah ke tanah suci Makkah PT. Hajar Aswad Mubaroq akan memberikan kemudahan atas segala urusan administrasi, dokumen maupun kelengkapan lainnya.

Dan juga selalu menjalin silaturahmi ke jamaah yang belum berangkat maupun setelah pulang dari melaksanakan ibadah Umrah yang menggunakan jasa perjalanan PT. Hajar Aswad Mubaroq tentunya.⁴⁹

C. Struktur Pengurus dan Tugas Masing-Masing Divisi

BAGAN STRUKTUR PERUSAHAAN⁵⁰



Adapun tugas dari masing masing jabatan memiliki dua tugas yakni tugas umum atau bersama dan tugas khusus dari setiap jabatan. Tugas umum yang bersama-sama yakni memasarkan dan mempromosikan produk paket

⁴⁹ Hasil wawancara dengan marsha hendra pada tanggal 20 Desember 2019 di Siak.

⁵⁰ Bagan struktu perusahaan PT Hajar Aswad Mubaroq.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Umrah bertujuan supaya PT.Hajar Aswad Mubaroq lebih dikenal luas oleh masyarakat Kabupaten Siak khususnya.

Sedangkan tugas khusus dari masing masing jabatan yang dijabat yakni untuk pimpinan sendiri adalah sebagai pendobrak maupun pemberi semangat bagi karyawan serta membangun relasi ke instansi maupun mitra terkait pengurusan dan pelaksanaan ibadah Umrah. Manajer disini berperan sebagai pengawas atau kontrol terhadap kinerja dan pelayanan karyawan serta membantu membangun relasi antar sesama masyarakat maupun instansi terkait. Administrasi yakni mengurus segala bentuk surat-menyurat, dokumen perjalanan, kelengkapan calon jamaah maupun hal hal yang terkait berkas persiapan jamaah.

Sedangkan untuk keuangan yakni yang selalu membukukan pengeluaran maupun pemasukan perusahaan baik itu berupa uang calon jamaah yang mendaftar dan segala bentuk yang terkait dengan keuangan perusahaan. Inilah bentuk dari tugas dan tanggung jawab dari masing-masing jabatan yang kelola baik itu tugas umum maupun tugas khususnya.⁵¹

D. Produk Dan Paket Umrah

Produk dan paket Umrah adalah komponen yang penting dalam pemasaran PT. Hajar Aswad Mubaroq. Dengan menciptakan desain yang menarik dan terkesan sederhana sehingga mudah untuk dipahami oleh orang ataupun calon jamaah tentunya berisikan hal-hal pendukung bagi jasa layanan seperti, nama Travel Umrah, alamat, izin resmi dari Kementerian Agama, rincian atau detail dari paket umrah, harga, kelebihan fasilitas dan layanan, mitra atau kerjasama dan kontak (cp) yang bisa digunakan untuk bertanya hal hal yang terkait dengan paket Umrah yang telah dibuat. Ini bisa dilihat dari gambar paket Umrah dibawah ini.⁵²

⁵¹ Hasil wawancara dengan Aprizal pada tanggal 16 Desember 2019 di Siak.

⁵² Hasil wawancara dengan Rita afrianti pada tanggal 22 Desember 2019 di Siak.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar IV.2 Brosur Peket Umrah PT. Hajar Aswad Mubaroq Cabang Siak

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI PENUTUP

A Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dari pemanfaatan media sosial *facebook* sebagai strategi pemasaran paket umrah PT Hajar Aswad Mubaroq Kabupaten Siak dapat disimpulkan dan diuraikan dalam bentuk poin-poin sebagai berikut:

1. Pemanfaatan media sosial *facebook* sebagai strategi pemasaran

Hal ini dijadikan sebagai strategi pemasaran paket umrah yang cukup efektif dikarenakan media sosial terutama *facebook* sekarang ini cukup menarik dan banyak diminati serta pengguna *facebook* aktif juga sudah banyak sehingga bisa dijadikan tempat pemasaran paket umrah yang mudah dan efisien serta dengan jangkauan yang cukup luas dengan pemanfaatan media sosial *facebook* sebagai strategi pemasaran paket umrah PT Hajar Aswad Mubaroq Kabupaten Siak.

2. Konsisten dengan pola pemasaran yang dibangun

Semakin konsisten perusahaan dalam memasarkan paket umrah atau jasa layanan yang disediakan, maka akan tercipta tempat pemasaran yang efektif dan efisien. Dengan konsisten memanfaatkan media sosial *facebook* sebagai strategi pemasaran paket umrah PT Hajar Aswad Mubaroq telah membangun tempat pasarnya sendiri dengan segala kemudahan dan fitur-fitur yang disediakan oleh *facebook* sebagai media sosial.

3. *Image* perusahaan di masyarakat

setelah melakukan segala macam bentuk pendekatan maupun strategi pemasaran yang telah berlangsung maupun yang telah dilancarkan, maka akan tercipta *image* yang baik di kalangan masyarakat dengan membangun pola atau hubungan masyarakat maupun di media sosial *facebook* yang dijadikan sebagai tempat pemasaran.

Semua opini dalam bentuk komentar yang positif yang dikemukakan di kolom komentar oleh pengguna *facebook* aktif mengenai

produk atau paket umrah yang dipasarkan oleh PT Hajar Aswad Mubaroq ini juga akan membangun *image* yang baik terhadap orang maupun pengguna *facebook* aktif lainnya.

Saran

Didalam pemanfaatan media sosial *facebook* sebagai strategi pemasaran diperlukan adanya orang yang ditugaskan khusus sebagai staff admin yang bertujuan untuk mengontrol, mengelola, dan juga membangun pola dalam memanfaatkan media sosial *facebook* sebagai strategi pemasaran yang lebih terkonsep lagi dan lebih terarah. Dari segi pemanfaatan fitur yang ada di *facebook* itu sendiri adalah dengan membuat grup khusus PT Hajar Aswad Mubaroq yang bertujuan untuk sebagai pengelompokan orang atau pengguna *facebook* aktif baik itu jamaah maupun setipa orang yang ingin mengetahui setiap informasi mengenai jasa layanan yang disediakan, dan grup *facebook* ini bersifat terbuka untuk siapa saja yang ingin bergabung yang bisa digunakan juga sebagai alat ukur minat pengguna *facebook* aktif terhadap paket umrah maupun informasi terkait PT Hajar Aswad Mubaroq.

Dan disarankan untuk tetap menerapkan pemanfaatan media sosial *facebook* sebagai strategi pemasaran paket umrah dan juga lebih memperluas lagi jangkauan media yang dimanfaatkan secara keseluruhan untuk memasarkan paket umrah demi kemudahan dan tercapainya tujuan perusahaan.

1. Membuat gruo khusus perusahaan yang berisikan paket atau produk yang ingin di pasarkan
2. Membuat tim khusus dalam menggerakan pemasaran yang berbasis online
3. Menetapkan satu orang admin yang bertujuan untuk mengontrol pasar yang ingin digunakan dan juga bisa mengontrol serta membangun pola dalam memanfaatkan media sosial *facebook*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Afrizal. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: PT Raja Grafindo
- Bisri, Cik Hasan. 2001. *Penuntun Penyusunan Rencana Penelitian dan Penulisan Skripsi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Public dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group
- _____. 2007. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana
- Cholid, Narbuko., dkk. 2005. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara
- Fandy, Tjiptono. 1995. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- Harper, Boyd. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Idrus, Muhammad. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Jakarta: Erlangga
- Juju, Dominikus. 2008. *Gaya Gaul Anak Muda dengan Facebook*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Kotler, Philip., dan Gary Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Madura, Jeff. 2001. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Malau, Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta
- Margono. 2000. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Mursid, Muhammad. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara
- Putra, Nusa., Dan Ninin Dwilestari,. 2015. *Penelitian Kualitatif: Pendidikan Anak Usia Dini*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Profita, Hendra. 2015. *Strategi Pemasaran*. Pekanbaru: CV. Mutiara Pesisir Sumatra
- Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rakatama Media, 2015)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Sofjan, Assauri. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Sugiyono. 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Suryabrata, Sumadi. 1992. *Metodologi penelitian*. Jakarta: Raja Wali Press
- Sutrisno, Hadi. 1993. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy., Gregorius Chandra., dan Dedi Andriana. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset
- Jurnal**
- Mayasari Sasmito, “Pemanfaatan media sosial facebook untuk media pembelajaran bahasa indonesia”, *jurnal media aplikom* Vol 4. No.4(Desember 2015).
- Muhammad Hanafi,” *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Motivasi Terhadap Belajar Siswa*”, FISIP Universitas Riau, Jurnal: JOM FISIP Vol. 3 No.2, Oktober 2016
- Muhdar Abdurrahman, Mudar Safi, Muksin Hi Abdullah, “Sistem informasi pengolahan data balita berbasis website pada kantor upt-kb kec. Ternate selatan”, *Indonesian Journal on information system* Vol. 3, No. 1(April 2018)
- Mulawarman, Nurfitri Dyas Aldila, *Perilaku Pengguna Media Sosial Beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan*, Buletin Psikologi, Vol. 25 No. 1 , 2017
- Nur rani nurani, “Peranan riset pasar dan desain produk terhadap pemasaran produk perusahaan wajan”, *jurnal ilmu manajemen Universitas Galuh Ciamis* Vol 2. No 2(Oktobre 2015)
- Rifah Nur Aini Ningrum, *Pengaruh Berita Pada Facebook Terhadap Minat Membaca Beritanya (Studi Pada Buruh Pabrik PT Gajah Tunggal Tbk Tangerang)*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
- Sisnu Kurniadi, Teduh Dirgahayu,”*Analisis faktor-faktor stimulus facebook marketing berdasarkan perspektif kerangka kerja stimulus-organism-response(S-O-R)*”, *Seminar Nasional Inovasi Teknologi*, UN PGRI Kediri(23 Februari 2019)
- Januar luqman,”*peran dan posisi hubungan masyarakat sebagai fungsi manajemen perguruan tinggi negeri di semarang*”, *jurnal interaksi* Vol II No.1(Januari 2013)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Zuhdiyyah ulfah siregar, Riki ruli A. Siregar, Rakhmat arianto, “ *klasifikasi sentiment analys pada komentar peserta diklat menggunakan metode k-nearest neighbor*”, *Jurnal kilat* Vol 8 No.1, (April 2019)

Rd. Dian H utama, Feni rosalina, “ pengaruh testimoni dalam periklanan”, *Manajerial* Vol. 15 No.1, (juni 2016)

Internet/blog

Kabupaten Siak, https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Siak, diakses pada 22 Desember 2019, pukul 22.18 WIB

milah 30 Travel Umrah resmi di Riau versi Asosiasi Biro Perjalanan dan Wisata Indonesia (ASITA), <http://radarpekanbaru.com/mobile>, diakses pada 26 November 2019, Pukul 14.50

Wawancara

Wawancara dengan Aprizal pada tanggal 16 Desember 2019 di Siak

Wawancara dengan marsha hendra pada tanggal 20 Desember 2019 di Siak

Wawancara dengan Rita afrianti pada tanggal 22 Desember 2019 di Siak

Wawancara dengan Feri pada tanggal 16 Desember 2019 di Siak

Wawancara dengan Sri Wahyuni pada tanggal 23 Desember 2019 di Siak

Wawancara dengan Jumiah pada tanggal 17 Desember 2019 di Sungai Apit



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nama : Rafie Hasan

No. Bp : 11544104562

Judul : Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Strategi Pemasaran Paket Umrah PT. Hajar Aswad Mubaroq

Pembimbing : Khairudin

PEDOMAN WAWANCARA

Pertanyaan Penelitian	Informan Pelaku	Informan Pengamat
1. Bagaimana Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Strategi Pemasaran Paket Umrah PT. Hajar Aswad ?	<ul style="list-style-type: none"> Kapan awal berdirinya PT. Hajar Aswad ini ? Apa motivasi awal berdirinya PT. Hajar Aswad untuk di lingkup kab. Siak ? Kenapa pemasaran umrah ini melalui media sosial facebook ? Sebelum menggunakan facebook sebagai strategi pemasaran, media apa yang digunakan ? Apa menariknya pemasaran umrah ini melalui media sosial facebook dibandingkan dengan media sosial lainnya ? Siapa saja target sasaran pemasaran umrah melalui facebook ? Fitur-fitur apa saja yang digunakan pada facebook sebagai strategi pemasaran ? Dari beberapa fitur yang digunakan, fitur apa yang paling 	<ul style="list-style-type: none"> Tahukah B/I/S mengenai keberadaan PT. Hajar Aswad ? Dari mana B/I/S mendapat informasi terkait jasa layanan yang disediakan oleh PT ini ? Apakah B/I/S pengguna aktif facebook ? Bagaimana Pandangan B/I/S dengan strategi pemasaran menggunakan facebook ? Apa yang membuat B/I/S memilih jasa layanan ini untuk ibadah umrah ? Setelah B/I/S menggunakan layanan ini apakah kepuasan layanan itu didapatkan ? Menurut B/I/S apa saja kelebihan dan kekurangan dari jasa layanan ini ?



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	<p>efektif untuk menarik minat calon jamaah menggunakan jasa ini ?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dari fitur yang digunakan, kreasi apa yang membuat menarik minat calon jamaah menggunakan jasa ini ? • Dengan banyaknya media sosial lainnya, seberapa yakin jasa layanan ini tetap menggunakan facebook sebagai strategi pemasaran ? • Bagaimana alur dari jasa layanan ini ketika ada jamaah yang ingin umrah ? • Apakah PT. Hajar Aswad ini, membuka akses untuk siapa saja yang menjadi promotor ? • Bagaimana PT. Hajar Aswad memandang kepuasan konsumen setelah menggunakan jasa layanan ini ? • Seberapa buming PT. Hajar Aswad untuk di kab. Siak ? • Apa kelebihan dan kekurangan dari jasa layanan ini ? • Bagaimana PT. Hajar Aswad membangun kepercayaan konsumen selama ini ? • Strategi jangka panjang/pendek PT. Hajar Aswad ? 	
--	---	--

DOKUMENTASI

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PT. HAJAR ASWAD MUBAROQ
CABANG SIAK
IZIN PPIU NO. 589 TH 2016
www.hajaraswad.id



Ust. H. Imron Rosyadi, ST, MH
Pimpinan Wilayah



Marsa Hendra, SH
Kepala Cabang Siak

Umroh Hebat
12 Hari **TAHUN 2020**

IDR 27Jt/orang

Note : Harga berlaku untuk kurs dolar maksimal Rp. 14.200

Bekerja Sama Dengan: 

Jadwal keberangkatan

- Januari : Ustadz Basren, S.Pd.I., M.Pd	(HP 0812 6862 8108)	- September : Ustadz Toto Prasetyo, Lc	(HP 0853 3939 9969)
- Februari : Ustadz Zulf Mursal, SH	(HP 0812 8596 0240)	- Oktober : Ustadz H. Saepudin Zohri, Lc	(HP 0853 7677 9442)
- Maret : Marsa Hendra, SH	(HP 0821 7009 3215)	- November : Ustadz Maryadi, S.Hi M.Si	(HP 0813 7458 6431)
- April : Ustadz Ihsan Taufiqi Ramli, SHI	(HP 0813 7840 8170)	- Desember : Ustadz Ridwan Alatas, S.Pd.I	(HP 0812 6738 1011)

Fasilitas :

Makkah Hotel Le Meridein / Al Massa / Setaraf -
Madinah Hotel Concorde Taiba / Nozol / Setaraf -
Rute Pku Madinah Via Kufalanamu By Lion Air -

Syarat dan Ketentuan Berlaku :

Contac Person :

Kantor Cabang Siak :
Jl. DR. Soetomo Kelurahan Kampung Dalam, Siak Sri Indrapura, WA. 0821 7009 3215, HP 0812 7685 9222

Keunggulan Umrah bersama Hajar aswad

- Beribadah sesuai sunnah dan dalam suasana ukhuwah,
- Pendamping pembuatan dokumen prima,
- Dibimbing muhtawwif handal dan berpengalaman,
- Satu grup tidak lebih dari 50 orang jamaah,
- Program tausiyah dan tahsin qur'an
- Citytour dan ziarah di makkah dan madinah

Persyaratan pendaftaran umrah

- Membayar DP 5 juta rupiah
- Foto copy KTP,
- Foto Copy KK,
- Foto copy surat nikah, Ijazah atau Akte kelahiran,
- Foto copy paspor bagi yang sudah memiliki paspor.
- Pas foto 4x6 = 12 lembar dan 2"x2" = 2 lembar.
- Fatonya belatar belakang putih, tampak wajah 80% tidak boleh menggunakan kaca mata, topi dan bagi perempuan tidak boleh menggunakan jilbab putih.*

Biaya umrah sudah termasuk

- Tiket PP Pekanbaru - Jeddah
- Visa
- Hotel
- Makan Pagi, siang dan malam
- Transportasi darat saudia
- Citytour sesuai paket
- Air zam-zam 5 liter

Biaya umrah tidak termasuk

- Paspor
- Vaksinasi, Meningitis
- Over Bagasi
- Obat-obat Pribadi
- Pengeluaran pribadi
- Biaya Mahram



Ustadz H. Muhammad Basren, S.Pd.I., M.Pd
Ketua rombongan Januari



Ustadz Zulf Mursal, SH
Ketua rombongan Februari



Marsa Hendra, SH
Ketua rombongan Maret



Ustadz Ihsan Taufiqi Ramli, S.Sy
Ketua rombongan April



Ustadz Toto Prasetyo, Lc
Ketua rombongan September



Ustadz H. Saepudin Zohri, Lc
Ketua rombongan Oktober



Ustadz Maryadi, SHI, MSI
Ketua rombongan November



Ustadz Ridwan Alatas, S.Pd.I
Ketua rombongan Desember

Membimbing, Mendampingi dan Melayani Tawar Allah Sepenuh Hati

Cara Pembayaran :
Untuk playanan DP / Pelunasan Silahkan Transfer ke rekening :

mandiri syariah **Bank Syariah Mandiri**
No. Rek. 7118696478 a/n ISTANA WISATA RELIGI 1

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERSETUJUAN PEMBIMBING

**STRATEGI PEMASARAN PAKET UMRAH DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH JAMAAH PT HAJAR ASWAD MUBAROQ**

Disusun Oleh:



RAFIE HASAN
NIM. 11544104562

Telah di setuju oleh pembimbing pada tanggal 22 Oktober 2019:

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen Dakwah



Imron Rosidi, S.Pd., M.A., Ph.D
NIP.19811118 200901 1 006

Pembimbing



Khairuddin, M.Ag
NIP.197208172009101002

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Bahwa telah di laksanakan penelitian oleh mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Jurusan Manajemen Dakwah UIN Sultan Syarif Qasim :

Nama : Rafie Hagem
No. Bp : 11544104562.
Jurusan : Manajemen Dakwah
Telah melakukan wawancara bersama informan :
Nama : MARCA HENDRA
Institusi/Organisasi : HAJAR ASWAD MUBAROQ CARMASIA SHAK
Jabatan : KEPALA
Tempat :
Alamat : Jl. SUTOMO BSA. KP. BAKAM - SHAK.

Penelitian dan pengumpulan data ini dalam rangka penulisan skripsi yang berjudul **"Media Sosial Facebook Sebagai Strategi Pemasaran Paket Umrah PT. Hajar Aswad Mubaroq"**. Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat agar digunakan sebagaimana fungsinya yaitu sebagai bahan pengumpulan data penelitian dan penulisan skripsi.

Siak, 20 - Desember - 2019

Informan Penelitian


MARCA HENDRA

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Bahwa telah di laksanakan penelitian oleh mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Jurusan Manajemen Dakwah UIN Sultan Syarif Qasim :

Nama : Rafie Hasan
No. Bp : 11544104562
Jurusan : Manajemen Dakwah.
Telah melakukan wawancara bersama informan :
Nama : Aprizal
Institusi/Organisasi : PT. HAJAR ASWAD MUBARQ
Jabatan : MANAGER.
Tempat : SUMOMO
Alamat : Jl. Bulantika RT008 RW 003 Kel. Lempur

Penelitian dan pengumpulan data ini dalam rangka penulisan skripsi yang berjudul **"Media Sosial Facebook Sebagai Strategi Pemasaran Paket Umrah PT. Hajar Aswad Mubaraq"**. Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat agar digunakan sebagaimana fungsinya yaitu sebagai bahan pengumpulan data penelitian dan penulisan skripsi.

Siak.....16 Desember.....2019

Informan Penelitian


APRIZAL

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Bahwa telah di laksanakan penelitian oleh mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Jurusan Manajemen Dakwah UIN Sultan Syarif Qasim :

Nama : Rafie Haryun.

No. Bp : 11544104562.

Jurusan : Manajemen Dakwah

Telah melakukan wawancara bersama informan :

Nama : RITA AFRANTI

Institusi/Organisasi : PT. HAJAR ASWAD MUBARQ CABANG SIAK

Jabatan : ADMINISTRASI

Tempat : SUTOMO

Alamat : BELANTIK RT 008 RW 003 KEL. LANGKAI KEC. SIAK KAB. SIAK

Penelitian dan pengumpulan data ini dalam rangka penulisan skripsi yang berjudul **"Media Sosial Facebook Sebagai Strategi Pemasaran Paket Umrah PT. Hajar Aswad Mubaroq"**. Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat agar digunakan sebagaimana fungsinya yaitu sebagai bahan pengumpulan data penelitian dan penulisan skripsi.

Siak, 16 Desember 2019

Informan Penelitian



.....
RITA AFRANTI

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Bahwa telah di laksanakan penelitian oleh mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Jurusan Manajemen Dakwah UIN Sultan Syarif Qasim :

Nama : Rafie Hagem
No. Bp : 11544104582
Jurusan : Manajemen Dakwah
Telah melakukan wawancara bersama informan :
Nama : FERI
Institusi/Organisasi : -
Jabatan : GAMBAH YANG AKAN BERANALISA
Tempat : SIATK
Alamat : JL. PINANG

Penelitian dan pengumpulan data ini dalam rangka penulisan skripsi yang berjudul **"Media Sosial Facebook Sebagai Strategi Pemasaran Paket Umrah PT. Hajar Aswad Mubaroq"**. Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat agar digunakan sebagaimana fungsinya yaitu sebagai bahan pengumpulan data penelitian dan penulisan skripsi.

Siak, 16 - DES - 2019

Informan Penelitian


FERI

UIN SUSKA RIAU

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Bahwa telah di laksanakan penelitian oleh mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Jurusan Manajemen Dakwah UIN Sultan Syarif Qasim :

Nama : Rafie Hasan.
No. Bp : 11544104562.
Jurusan : Manajemen Dakwah.

Telah melakukan wawancara bersama informan :

Nama : NURMIAH
Institusi/Organisasi : -
Jabatan : JAKIMAH Yang telah menggunakan Jagan.
Tempat : Kedtaman
Alamat : JL. Rintis.

Penelitian dan pengumpulan data ini dalam rangka penulisan skripsi yang berjudul "**Media Sosial Facebook Sebagai Strategi Pemasaran Paket Umrah PT. Hajar Aswad Mubaroq**". Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat agar digunakan sebagaimana fungsinya yaitu sebagai bahan pengumpulan data penelitian dan penulisan skripsi.

Siak.....17 - Desember.....2019

Informan Penelitian



.....

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Bahwa telah di laksanakan penelitian oleh mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Jurusan Manajemen Dakwah UIN Sultan Syarif Qasim :

Nama : RUFIE Hasan.
No. Bp : 11544104562.
Jurusan : Manajemen Dakwah.
Telah melakukan wawancara bersama informan :
Nama : Siti Jitiah. / Pak SOPYAN.
Institusi/Organisasi : -
Jabatan : Jamaah yang telah berangkat
Tempat : Kadaman
Alamat : Jl. Sudirman

Penelitian dan pengumpulan data ini dalam rangka penulisan skripsi yang berjudul **"Media Sosial Facebook Sebagai Strategi Pemasaran Paket Umrah PT. Hajar Aswad Mubaroq"**. Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat agar digunakan sebagaimana fungsinya yaitu sebagai bahan pengumpulan data penelitian dan penulisan skripsi.

Siak.....17-Des.....2019

Informan Penelitian



UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PEMERINTAH PROVINSI RIAU DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I & II Komp. Kantor Gubernur Riau
Jl. Jenderal Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39119 Fax. (0761) 39117, PEKANBARU
Email : dpmptsp@riau.go.id

Kode Pos : 28126

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMTSP/NON IZIN-RISET/28778
TENTANG



032010

PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/8934/2019 Tanggal 12 Desember 2019**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

- | | |
|----------------------|---|
| 1. Nama | : RAFIE HASAN |
| 2. NIM / KTP | : 11544104562 |
| 3. Program Studi | : MANAJEMEN DAKWAH |
| 4. Jenjang | : S1 |
| 5. Alamat | : PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN PAKET UMRAH PT. HAJAR ASWAD MUBAROQ KABUPATEN SIAK |
| 7. Lokasi Penelitian | : PT. HAJAR ASWAD MUBAROQ KABUPATEN SIAK |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 13 Desember 2019



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :
Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)

DINAS PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
PROVINSI RIAU

Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Pimpinan PT. Hajar Aswad Mubaroq Kab. Siak
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
- ④ Yang Bersangkutan

UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

: Un.04/F.IV/PP.00.9/8934/2019

Pekanbaru, 15 Rabiul Akhir 1441 H

: Biasa

12 Desember 2019 M

: Mengadakan Penelitian.

Kepada Yth:

Kepala Dinas Penanaman Modal dan
Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau
Pekanbaru

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat,

Kami sampaikan bahwa datang menghadap bapak, mahasiswa kami:

Nama : Rafie Hasan
NIM : 11544104562
Semester : IX (Sembilan)
Jurusan : Manajemen Dakwah
Pekerjaan : Mahasiswa Fak. Dakwah dan Komunikasi

Akan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul:

"Pemanfaatan Media Sosial Facebook sebagai Strategi Pemasaran Paket Umrah PT. Hajar Aswad Mubaroq Kabupaten Siak"

Adapun sumber data penelitian adalah:

"PT. Hajar Aswad Mubaroq Kab. Siak"

Untuk maksud tersebut kami mohon Bapak berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah kami sampaikan dan atas perhatian Saudara diucapkan terima kasih.



Wassalam
a.n. Rektor,
Kuasa Dekan,

Dr. Masduki, M.Ag
NIP. 197106121998031003

Tembusan :

1. Yth. Rektor UIN Suska Riau
2. Mahasiswa yang bersangkutan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BIOGRAFI PENULIS



Rafie Hasan lahir di Sungai Apit, Kecamatan Sungai Apit, Kabupaten Siak, Provinsi Riau, pada tanggal 02 November 1997 Anak Pertama dari dua bersaudara. Lahir dari pasangan Sarbaini dan Suharti. Penulis beralamat di Kelurahan Sungai Apit, Kecamatan Sungai Apit, Kabupaten Siak. Motto penulis adalah “Man Jadda Wajada” Adapun perjalanan penulis dalam jenjang menuntut Ilmu Pengetahuan, penulis telah mengikuti pendidikan formal yaitu sebagai berikut:

- | | |
|------------|---|
| Tahun 2003 | Memasuki taman kanak-kanak di TK Aisyah Kecamatan Sungai Apit, Kabupaten Siak |
| Tahun 2004 | Memasuki sekolah dasar di SDN 02 Desa Seliau, Kecamatan Sungai Apit, Kabupaten Siak |
| Tahun 2010 | Memasuki SMPN 1 Sungai Apit, Kecamatan Sungai Apit, Kabupaten Siak |
| Tahun 2013 | Memasuki SMAN 1 Sungai Apit, Kecamatan Sungai Apit, Kabupaten Siak |
| Tahun 2016 | Memasuki Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Jurusan Manajemen Dakwah dan mengambil konsentrasi Manajemen Travelling Haji dan Umroh |

Dalam masa perkuliahan telah melakukan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Tanjung Kecamatan Hulu Kuantanr, Kabupaten Kuantan Singingi dan juga telah melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Kantor Riau bertuah Tour and Travel Kota Pekanbaru. Penulis melakukan Penelitian di PT.Hajar Aswad Mubaroq Kabupaten Siak dengan judul “Pemanfaatan media sosial *facebook* sebagai strategi pemasaran paket umrah PT.Hajar Aswad Mubaroq Kabupaten Siak”. Akhirnya pada tanggal 04 Mei 2020 penulis di Munaqasahkan dalam sidang Ujian Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi, dan dinyatakan “lulus” dengan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)